

Der AXA Konzern

2011



Maßstäbe / neu definiert



Die wichtigsten Zahlen auf einen Blick

	2011	Veränderung
Konzerneinnahmen gesamt (Mio. Euro)	10.634	+ 2,4 %
- Schaden- und Unfallversicherung	3.638	+ 4,3 %
- Vorsorge	4.554	- 1,0 %
- Krankenversicherung	2.419	+ 6,1 %
- Bank	23	+ 25,7 %
Neugeschäft (Mio. Euro)		
- Schaden- und Unfallversicherung	698	+ 16,0 %
- Vorsorge (APE*)	377	+ 3,2 %
- Krankenversicherung	146	+ 30,3 %
operatives Ergebnis (Mio. Euro)	401	+ 34
Konzernergebnis (Mio. Euro)	273	- 140

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

	2011
Mitarbeiter	10.898
Exklusivvermittler	4.611
Kunden	über 8 Millionen
Versicherungsverträge	17 Millionen
Kapitalanlagen	66,4 Mrd. Euro
Marktanteil in Deutschland	5,8 %
Anteil am Umsatz der internationalen AXA Gruppe	12,3 %



Dr. Thomas Buberl,
Vorstandsvorsitzender
der AXA Konzern AG

Liebe Leserin, lieber Leser,

Anfang Mai habe ich den Vorstandsvorsitz der AXA Deutschland übernommen und freue mich sehr, in diesem Jahresreport ein paar persönliche Worte an Sie richten zu können.

Die Versicherungsbranche ist seit mehreren Jahren geprägt durch einen tief greifenden Wandel. Er macht sich nicht nur durch ein ungewöhnlich niedriges Zinsniveau, höhere Anforderungen an die Kapitalausstattung von Versicherungsgesellschaften oder die Unsicherheiten an den Kapitalmärkten in Zusammenhang mit der Schulden- und Euro-Krise bemerkbar. Auch weitreichende Eingriffe von Politik und Rechtsprechung in den Finanzdienstleistungssektor prägen unsere Branche zunehmend.

Zusätzlich erleben wir auch bei den Erwartungen und Zielen der Verbraucher deutliche Veränderungen. So ist die Bereitschaft, sich mit Spar- und Vorsorgeprodukten langfristig zu binden, deutlich zurückgegangen. Die weiter fortschreitende Entwicklung des Internets sorgt außerdem dafür, dass viele Kunden Waren und zunehmend auch Finanzdienstleistungen auf elektronischem Weg erwerben möchten. Dies sind nur zwei Beispiele. Insgesamt müssen wir uns in den kommenden Jahren darauf einstellen, dass sich die Rahmenbedingungen schnell und fundamental verändern werden.

Trotz eines anspruchsvollen Umfelds hat die AXA Deutschland das Geschäftsjahr 2011 erfolgreich abgeschlossen und ist in einem rückläufigen Versicherungsmarkt erneut gewachsen. Beitragseinnahmen und operatives Ergebnis sind gestiegen, die Schaden-Kostenquote hat sich verbessert. Für mich ist dies Ansporn, das Unternehmen – gemeinsam mit unseren Mitarbeitern und Vertriebspartnern – weiterzuentwickeln und unsere Position als viertgrößter Erstversicherer in Deutschland auszubauen.

Anspruch der AXA Deutschland ist es dabei, ein moderner Versicherer zu sein, der seinen Kunden mit schlanken und schlagkräftigen Strukturen erstklassige Lösungen anbietet – bei gleichzeitig qualitativ herausragenden Beratungs-, Betreuungs- und Serviceleistungen. Nur dann sind wir für unsere Kunden in allen Versicherungs- und Vermögensfragen regelmäßig Unternehmen erster Wahl.

Dieses Ziel von Tag zu Tag immer wieder aufs Neue zu erfüllen, ist unsere oberste Maxime. Daran werden wir in den kommenden Jahren konsequent und entschlossen arbeiten. Ich würde mich freuen, wenn Sie uns auf diesem Weg begleiten.

Mit den besten Grüßen

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Thomas Buberl', written in a cursive style.



Strategie und Visionen

Viel mehr als eine Versicherung

- 08 // Volle Konzentration auf die Wünsche und Ziele unserer Kunden – die AXA wächst trotz schwieriger Rahmenbedingungen in allen Kundensegmenten
- 10 // **Alles im Blick: Mit der Beratung nach plan360° stellt AXA sicher, dass seine Kunden in allen Versicherungs- und Finanzfragen gut beraten und versorgt sind**
- 16 // Service auf den Punkt: Ein Einblick in den Kunden- und Partnerservice, das Herzstück des Lösungsversicherers AXA



Produkte und Leistungen

Lösungen für alle Lebenslagen

- 20 // **„Gute Beratung und Verkauf sind kein Widerspruch“: Interview mit Vertriebsvorstand Wolfgang Hanssmann**
- 24 // Privatkunden: Flexibel für sämtliche Lebenslagen
- 28 // Firmenkunden: Schutz für Unternehmen, Inhaber und Mitarbeiter
- 32 // Ärzte/Heilwesen: Passgenaue Konzepte für akademische Heilberufe
- 36 // Öffentlicher Dienst: Enormes Potenzial



Nachhaltigkeit und Verantwortung

Ökologisch denken, bewusst handeln

42 // Corporate Responsibility: Verantwortung tragen, Vertrauen verdienen

44 // Mitarbeiter: Chancen bieten und Potenzial fördern

46 // AXA von Herz zu Herz e.V.
Ehrenamtlich Blinde begleiten



Zahlen und Fakten

Wachstum trotz großer Herausforderungen

50 // Früchte der Strategie geerntet: Ertrag gesteigert

64 // Gremien des AXA Konzerns

STRATEGIE UND VISIONEN

I.

Viel mehr als eine Versicherung



Volle Konzentration auf die Wünsche und Ziele unserer Kunden

Trotz schwieriger Rahmenbedingungen ist die AXA Deutschland auch im Jahr 2011 profitabel gewachsen und hat in allen Geschäftsfeldern Marktanteile hinzugewonnen. Gleichzeitig hat der Konzern eine Vielzahl von Maßnahmen auf den Weg gebracht, um dem eigenen Anspruch, Unternehmen erster Wahl zu sein, zukünftig noch konsequenter gerecht zu werden.

Highlights 2011

- Beitragswachstum auf 10,6 Milliarden Euro
- Programm f2p trägt zum Ausbau der hervorragenden Wettbewerbsposition bei
- Geplante Kostensenkungen bis 2015: 328 Millionen Euro
- Ausbau des Beratungsansatzes plan360°

→ Die wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland war 2011 von einer deutlichen Konjunkturerholung sowie einem freundlichen Arbeitsmarkt geprägt. Auf die deutsche Versicherungswirtschaft haben sich diese Faktoren allerdings kaum übertragen. Durch die europäische Schuldenkrise und volatile Finanzmärkte sind viele Verbraucher nach wie vor verunsichert und halten sich in finanziellen Angelegenheiten mit Entscheidungen zurück. Eine hohe Sättigung bei Sachversicherungen und ein preisintensiver Wettbewerb lassen auch in den kommenden Jahren kaum größere Wachstumsraten für die Versicherungsbranche erwarten. 2011 musste sie sogar einen Beitragsrückgang von 0,4 % hinnehmen.

Gemessen an diesen Herausforderungen hat die AXA Deutschland das Geschäftsjahr 2011 erfolgreich abgeschlossen. Der Konzern konnte seine Einnahmen auf mehr als 10,6 Milliarden Euro steigern und sein operatives Ergebnis auf 401 Millionen Euro verbessern. Damit hat er das Ziel, bei finanzieller Stabilität weiter profitabel zu wachsen, erreicht.

Zum Unternehmen erster Wahl werden

Konsequent fortgesetzt hat die AXA Deutschland im Jahr 2011 auch ihren Weg, für Kunden, Vertriebspartner und Mitarbeiter zum Unternehmen erster Wahl zu werden. Das bedeutet vor allem: die Bedürfnisse und Ziele der Kunden nicht nur genau zu kennen, sondern diese vor allem konsequent in den Mittelpunkt des eigenen Handelns zu stellen. AXA versteht sich des-

halb nicht als reiner Produkthanbieter, sondern als Lösungsversicherer, der Kunden ganzheitlich berät und betreut. Denn die Bedürfnisse von Kunden und Interessenten nach Schutz und Vorsorge sind individuell und ihre Fragestellungen oftmals sehr komplex. Von einem Partner erster Wahl erwarten sie, dass er ihnen die Zusammenhänge ausführlich erläutert und ihnen dauerhaft als zuverlässiger und kompetenter Ratgeber zur Seite steht.

Um diesem Anspruch konsequent nachzukommen, hat AXA auch 2011 den vor zwei Jahren eingeführten ganzheitlichen Beratungsansatz plan360° auf weitere Zielgruppen ausgeweitet. Im Mittelpunkt von plan360° steht die umfassende Beratung von Kunden und Interessenten in allen finanziellen Fragestellungen, um alle wichtigen Risiken abzusichern sowie Vermögensaufbau und Altersvorsorge auf die persönlichen Bedürfnisse abzustimmen. Wie eine solche Beratung in der Praxis aussieht, ist auf den nachfolgenden Seiten zu lesen. Zahlreiche weitere Beispiele für Lösungen und Produkte, mit denen AXA die unterschiedlichen Bedürfnisse seiner Kunden passgenau erfüllt, finden sich darüber hinaus in diesem Jahresreport auf den Seiten, auf denen die vielfältigen Aktivitäten des Unternehmens für die einzelnen Kundensegmente dargestellt sind.

Dieser 360°-Beratungsansatz zieht sich inzwischen wie ein roter Faden durch das gesamte Unternehmen. „Ich bin überzeugt davon, dass wir mit plan360° ein entscheidendes Differenzierungsmerkmal haben, das AXA und seinen

„Die zentrale Herausforderung besteht darin, maximale Kundenorientierung, qualifizierte Beratung und qualitativ hochwertige Produkte mit schlanken Prozessen und einer größtmöglichen Effizienz zu verknüpfen.“

Dr. Thomas Buberl, Vorsitzender des Vorstands

Partnern im Exklusivvertrieb zufriedene Kunden und damit langfristigen Erfolg sichert“, betont Wolfgang Hanssmann, im Gruppenvorstand des AXA Konzerns für Vertrieb und Marketing verantwortlich. Mehr als 2.000 Vermittler bundesweit nutzen den plan360° bereits und haben sich großteils auch schon für diesen Beratungsansatz zertifizieren lassen.

Im Rahmen seiner Multikanalstrategie – das heißt, den Kunden entscheiden zu lassen, über welchen Weg er mit AXA in Kontakt treten möchte – setzt der AXA Konzern zusätzlich zum Exklusiv- und Direktvertrieb seit Jahren erfolgreich auf die Zusammenarbeit mit unabhängigen Maklern. Auch hier ist das Ziel klar definiert: Der Konzern will in diesem Vertriebssegment der präferierte Partner für die individuelle Absicherung von privaten und unternehmerischen Risiken sein. Um sich noch besser auf die Bedürfnisse dieser Vertriebspartner einstellen zu können, hat AXA 2011 umfangreiche Studien und Umfragen durchgeführt. Dabei stellte sich heraus, dass für diesen Vertriebskanal ganz ähnliche Erfolgsfaktoren gelten wie für die Betreuung privater und geschäftlicher Endkunden: auf den Kundenbedarf zugeschnittene Top-Produkte, kompetente Betreuung, guter Service sowie die Reputation und Sicherheit eines kapitalstarken, soliden Versicherers mit hoher Markenbekanntheit. Die Erkenntnisse mündeten 2011 in eine neue Maklerstrategie, mit der AXA auch in diesem Vertriebsweg seine Stellung im Markt ausbauen will.

Effizienzsteigerungsprogramm zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit

Schon heute ist AXA sowohl bei der Qualität seiner Produkte als auch der Beratung vielfach Maßstab in der Branche. Darauf ruht sich das Unternehmen jedoch keinesfalls aus: Um auch

zukünftig zu einem der führenden Versicherer in Deutschland zu gehören, nutzt der Konzern seine jetzige Position der Stärke, um den Wandel der Branche und des Verbraucherverhaltens aktiv, entschlossen und selbstbewusst zu gestalten. Dabei besteht die zentrale Herausforderung darin, maximale Kundenorientierung, qualifizierte Beratung und qualitativ hochwertige Produkte, Lösungen und Services mit schlanken Prozessen und größtmöglicher Effizienz zu verknüpfen.

Der Vorstand der AXA Deutschland hat daher im abgelaufenen Geschäftsjahr unter dem Namen focus to perform (f2p) – sinngemäß Konzentration auf das Wesentliche – ein Programm initiiert, das dazu beitragen wird, die Position des Konzerns langfristig weiter auszubauen. „Mit f2p wollen wir schneller und effizienter werden und zugleich die Qualität unserer Leistung weiter steigern“, erläutert Dr. Patrick Dahmen, der im AXA Gruppenvorstand dieses Programm verantwortet.

Das Programm focus to perform ist bis 2015 ausgelegt. Neben Produktivität und Wachstum steht auch die Senkung von Kosten im Mittelpunkt. Bis 2015 will der Konzern 328 Millionen Euro an jährlichen Kosten einsparen. Dazu gehört auch, die Organisation weiter zu straffen und die Zahl der Vollzeitstellen um rund 1.600 zu verringern. In diesem Zusammenhang hat der Vorstand im März 2012 mit dem Konzernbetriebsrat ein Eckpunktepapier verabschiedet, in dem er bis Ende 2015 betriebsbedingte Kündigungen ausschließt. „AXA sieht sich in der Branche als einer der Vorreiter für einen fairen und partnerschaftlichen Umgang mit den Mitarbeitern. Auch wenn es darum geht, Veränderungen sozialverträglich und mit Respekt gegenüber der Belegschaft umzusetzen, hat AXA Maßstäbe neu definiert“, sagt Personalvorstand Ulrich C. Nießen. ◀



Alles im Blick

Mit der Beratung nach plan360° stellt AXA sicher, dass seine Kunden in allen Versicherungs- und Finanzfragen gut beraten und versorgt sind. Familie Nauroth aus Siegen hat sich von ihrem AXA Vermittler Daniel Martin nach plan360° beraten lassen. Ein Praxisreport.







Hoch hinaus: Nils Nauroth genießt eine unbeschwerte Kindheit. Seine Eltern haben sich in Sachen Risikovorsorge bei der AXA beraten lassen.

Existenz sichern

- Verdienstausschlag bei Krankheit
- Folgen von Berufs- oder Dienstunfähigkeit
- Risiken eines schweren Unfalls
- Pflege der Eltern und Großeltern
- Todesfall eines Ehepartners

→ Sicherheit bekommt, wer seine Risiken kennt

Marcus und Maria Nauroth können mit Fug und Recht behaupten, dass es das Leben bislang gut mit ihnen gemeint hat. Bereits in der Schule haben sich die beiden kennengelernt, drei Jahre nach der Ausbildung läuteten 1998 die Hochzeitsglocken. Vier Jahre später, im Sommer 2002, wurde Sohn Nils geboren. Er ist das vorerst letzte Mitglied einer Großfamilie, deren vier Generationen seit vielen Jahren gemeinsam in Siegen unter einem Dach wohnen.

Ihren AXA Vermittler kennen Maria und Marcus Nauroth schon seit mehr als zehn Jahren – aus einem etwas turbulenteren Abschnitt ihres Lebens. Marcus Nauroth arbeitete damals als

selbstständiger Eventveranstalter, und Daniel Martin sorgte mit den richtigen Versicherungen dafür, dass die Veranstaltungen seines Kunden nicht zum unkalkulierbaren Risiko wurden.

Langfristige Sicherheit und stabile Perspektiven will der Familienvater auch seiner Frau und dem heute zehnjährigen Nils geben. Deshalb tauschte er nicht nur seine Selbstständigkeit in eine feste Anstellung bei einem Freudenberger Schaumstoffproduzenten, sondern spricht mit AXA Vermittler Daniel Martin auch über Versicherungs- und Vorsorgefragen im privaten Bereich.

Weil die privaten Finanzen der Familie einmal komplett auf den Prüfstand sollen, geht Daniel Martin mit seinen Kunden systematisch alle



Vertrauensvolles Verhältnis: AXA Vermittler Daniel Martin (Mitte) und das Ehepaar Nauroth kennen sich schon seit mehr als zehn Jahren.

Themen der plan360°-Beratung durch – von der Absicherung existenzieller Risiken über die private Altersvorsorge und die Vermögensplanung bis zur Absicherung des Eigentums.

Zu Beginn der Beratung klärt der AXA Berater über alle Risiken auf, die den Nauroths drohen könnten: Dazu gehören die Absicherung der Familie bei schweren Krankheiten, Unfällen oder gar Tod sowie die Folgen von Verdienstaussfall. Damit die Nauroths auch nach dem Gespräch hierzu noch alle wichtigen Fakten auf einen Blick haben, gibt Daniel Martin ihnen spezielle Informationsblätter zum Thema Kinderinvalidität, Absicherung der Familie im Todesfall sowie staatliche Unterstützung für junge Familien mit.

Auch die Eltern von Marcus Nauroth werden in die Versorgungsüberlegungen einbezogen. Denn sollten sie eines Tages pflegebedürftig werden, entstehen hohe Kosten, die die gesetzliche Pflegeversicherung nur zum Teil erstattet. Eine private Pflegezusatzversicherung übernimmt die Aufwendungen – und stellt damit schon heute sicher, dass nicht eines Tages das gemeinsame Eigenheim für die Pflege der Eltern beliehen oder gar verkauft werden muss, um eine angemessene Pflege finanzieren zu können.

→ Wer früh beginnt, hat später mehr vom Leben

Nie zuvor waren die Möglichkeiten, privat vorzusorgen, vielfältiger – und nie war es wichtiger, sich schon in jungen Jahren Gedanken darüber zu machen. Schließlich führen eine kontinu-

ierlich steigende Lebenserwartung sowie eine unverändert niedrige Geburtenrate dazu, dass sich die Versorgung kommender Rentnergenerationen zu einer immer größeren gesellschaftlichen Herausforderung entwickelt. Selbst die Deutsche Rentenversicherung weist in ihren jährlichen Rentenbescheiden inzwischen darauf hin, dass die gesetzliche Rente nur noch eine Grundsicherung darstellt.

AXA Berater Daniel Martin ermittelt daher für seine Kunden den voraussichtlichen Finanzbedarf im Rentenalter und leitet daraus die notwendige Sparrate ab. Ausführlich diskutieren sie über eine private Rentenversicherung, die Marcus Nauroth vor Jahren beim Start in den Beruf abgeschlossen hat. Auch wenn die heutige Produktgeneration nochmals flexibler und attraktiver ist als noch vor einigen Jahren, erläutert Martin seinen Kunden, warum sich eine Stilllegung oder gar Kündigung von Verträgen nur in den seltensten Fällen rechnet. Allerdings sieht der Berater noch Möglichkeiten, die steuerliche Förderung konsequenter zu nutzen. Daniel Martin empfiehlt der Familie daher, zusätzlich eine Riester-Rente für Marcus und Maria Nauroth abzuschließen. Riester-Produkte sollen Einbußen durch die Absenkung des gesetzlichen Rentenniveaus ausgleichen und werden staatlich stark gefördert. Zusätzlich erhalten die Nauroths für Sohn Nils eine finanziell sehr attraktive Kinderzulage.

Die betriebliche Altersvorsorge, die Marcus Nauroth in Form einer 2006 abgeschlossenen

Altersvorsorge gestalten

- Altersvorsorge systematisch planen
- Sicherheit und Rendite ausgewogen gestalten
- Staatliche Förderung nutzen
- Langfristige Liquidität sichern



Drei Generationen: Auch die Eltern von Marcus Nauroth werden in die Vorsorgeplanung mit einbezogen – falls seinem Vater Peter Nauroth einmal etwas zustößt, will die gesamte Familie abgesichert sein.

Direktversicherung über seinen Arbeitgeber erhält, ist ein weiterer wichtiger Baustein der familiären Vorsorgeplanung. Weil hier ein Großteil der Beiträge steuer- und sozialversicherungsfrei ist, bietet sie langfristig eine weit überdurchschnittliche Rendite.

→ Sicherheit und Chancen geschickt kombinieren

Im Mittelpunkt einer guten Vermögensberatung stehen vor allem zwei Ziele: Einerseits sollten die Kunden langfristig überdurchschnittliche Renditen erzielen können, andererseits über genügend Liquidität für das tägliche Leben verfügen.

Im Rahmen der Beratung nach plan360° durchleuchtet AXA Berater Daniel Martin daher alle Anlagen seiner Kunden. Ausführlich spricht der Vermittler mit der Familie auch über das Vier-Generationen-Haus der Familie Nauroth. Derzeit gehört es den Eltern von Marcus Nauroth. Sollten sie es eines Tages an die Kinder vererben, müsste dies frühzeitig in der familiären Finanzplanung berücksichtigt werden. Da bislang keine Entscheidungen getroffen sind und die Nauroths sich für die Zukunft alle

Optionen offen halten wollen, haben sie vor kurzem bei Daniel Martin einen Bausparvertrag abgeschlossen. Der kommt nicht nur ihrem Wunsch nach maximaler Sicherheit entgegen, sondern bietet ihnen auch die Möglichkeit, das Guthaben zusammen mit dem zinsgünstigen Darlehen später für einen Aus- oder Umbau oder eine andere Art der Immobilienfinanzierung einzusetzen.

Erst nachdem die monatlichen Beiträge für Bausparvertrag und private Altersvorsorge sowie die Kosten für den alltäglichen Bedarf vom monatlichen Einkommen abgezogen sind, geht es an die Geldanlage. Daniel Martin rät seinen Kunden zu einer kleinen Auswahl von Produkten, die sich jeweils durch unterschiedliche Chance-Risiko-Profile auszeichnen. Als Liquiditätsreserve empfiehlt der Berater der Familie ein Tages- oder Festgeld. Dieses ist attraktiv verzinst und bietet den Kunden gleichzeitig die Möglichkeit, kurz- bis mittelfristig darauf zugreifen zu können.

Abschließend erläutert Daniel Martin seinen Kunden verschiedene Möglichkeiten, wie das Kindergeld für Sohn Nils sinnvoll angelegt werden kann. Als sichere Alternative zu einem

Vermögen planen

- Werte schaffen
- Vorhandenes Vermögen vermehren
- Sicherheit und Rendite ausgewogen gestalten
- Kindern die Zukunft sichern



Schutz und Vorsorge unter einem Dach: Mit dem Versicherungspaket von AXA hat die Familie auch die wichtigsten Risiken rund um ihr Eigenheim abgesichert.

klassischen Fondssparplan empfiehlt der Vermittler seinen Kunden die AXA Kinderpolice. Ein innovatives Produkt, das die Renditechancen von Investmentfonds mit einer Kapitalgarantie in frei wählbarer Höhe kombiniert.

→ Wenn aus kleinen Versehen große Schäden werden

Wie wichtig gute Sachversicherungen sind, mussten die Nauroths vor drei Jahren selbst erfahren. Ein Kurzschluss an einem Trockner führte dazu, dass im Badezimmer ein Brand ausbrach und ein Großteil des Dachstuhls abbrannte. Die Feuerwehr war innerhalb weniger Minuten da, zerstörte allerdings mit ihrem Löschwasser fast die gesamte Dachgeschosswohnung, in der die Eltern wohnten. AXA Vermittler Daniel Martin und ein freier Gutachter unterstützten die Nauroths bei allen Formalitäten. So wurde der Gebäudeschaden von der Versicherung ersetzt. Die beschädigte Einrichtung der Eltern musste die Familie allerdings auf eigene Kosten neu beschaffen, denn eine Hausratversicherung hatten die Eltern einige Jahre zuvor gekündigt. Auf Empfehlung von Daniel Martin stellt die Familie daher nun eine Reihe wichtiger Versi-

cherungen zu einem sinnvollen Paket zusammen. Neben einer Hausratversicherung gehört dazu auch die besonders wichtige Privathaftpflichtversicherung. Sie springt ein, falls eines der Familienmitglieder anderen versehentlich einen Schaden zufügt. Dabei können kleine Ursachen schnell große Folgen haben. Etwa wenn Jugendliche beim Spielen einen Unfall verursachen und dabei Personen verletzt werden. Ebenfalls im Paket abschließbar sind eine Absicherung gegen Unfälle sowie eine Rechtsschutzversicherung.

Alle Details der Beratung nach plan360° fasst AXA Vermittler Daniel Martin anschließend in einem ausführlichen Beratungsprotokoll zusammen. Ein auf die individuellen Bedürfnisse der Familie angepasstes Gesamtkonzept sorgt nun dafür, dass die Finanzplanung der Nauroths langfristig ein solides Fundament hat und alle wesentlichen Risiken so weit wie möglich reduziert sind. Da sich Lebensumstände ändern, vereinbarten Daniel Martin und seine Kunden, dass sie das aufgestellte Finanz- und Absicherungskonzept in regelmäßigen Abständen auf den Prüfstand stellen und bei Bedarf den aktuellen Bedürfnissen anpassen. ◀

Eigentum schützen

- Eigene Werte sichern
- Sich vor Ansprüchen schützen
- Eigene Ansprüche durchsetzen

Service auf den Punkt

Das Ressort „Kunden- und Partnerservice“ des Lösungsversicherers AXA stellt die Servicequalität gegenüber Kunden, Vermittlern und Maklern sicher.

Das Herz des Lösungsversicherers AXA

- 2.500 Mitarbeiter
- 17 Millionen Versicherungsverträge
- 18.000 Telefongespräche täglich
- Bis zu 35.000 Briefsendungen am Tag

2.500 Mitarbeiter, 17 Millionen Versicherungsverträge, 18.000 Telefongespräche und bis zu 35.000 Briefsendungen am Tag – im Ressort Kunden- und Partnerservice (KPS) schlägt das Herz des Lösungsversicherers AXA. Das Ressort ist für Kunden, die sich nicht direkt an ihren Vermittler wenden, sowie für den AXA Exklusivvertrieb und für Makler die zentrale Anlaufstelle zum Unternehmen.

Zum KPS gehören sieben Einheiten: der Telefonische Kundenservice, vier verschiedene Servicebereiche für die Antrags-, Vertrags- und Leistungsbearbeitung in der Schaden- und Unfall-, Lebens- und Krankenversicherung, die AXA Logistic Services und der Bereich Steuerung & Entwicklung.

Der Telefonische Kundenservice (TKS) ist als Gesicht zum Kunden und zum Vertrieb für die Steuerung und Abwicklung sämtlicher telefonisch eingehender Anliegen verantwortlich. Ob ein Vermittler eine Frage zu einem Vertrag seines Kunden hat oder ein Kunde Informationen zu einem bestimmten Produkt wünscht – der TKS ist erste Anlaufstelle für alle Fragen rund um die AXA Welt. Sage und schreibe 5 Millionen Anrufe im Jahr laufen bei den insgesamt 450 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auf. Anhand unterschiedlicher Servicrufnummern erkennt die Telefonanlage automatisch, zu welcher Sparte der Anruf gehört, und leitet zu einem entsprechend qualifizierten Mitarbeiter weiter.

Das Team beantwortet und bearbeitet telefonisch eingehende Fragen und Änderungswünsche zu Tarifen und Verträgen, findet Lösungen für Beschwerden und kümmert sich individuell um die Anliegen der Kunden und Vertriebspartner. „Durch den ständigen unmittelbaren Kontakt zu Kunden und Vertrieb sind die Mitarbeiter im TKS ein wichtiger Multiplikator innerhalb des Konzerns. Aus ihren Erfahrungen heraus können sie wertvolle Impulse an die relevanten Verantwortlichen im Konzern weitergeben“, sagt Jens Hasselbacher, im Vorstand des AXA Konzerns für das Ressort Kunden- und Partnerservice verantwortlich.

Nicht alle Kunden- oder Vertriebsanliegen können telefonisch geklärt werden. Deshalb stehen hinter dem TKS vier verschiedene Servicebereiche, die Telefonate übernehmen oder schriftlich mit den Kunden kommunizieren, deren Verträge im Ressort KPS betreut werden. Im Jahr 2011 wurden in den vier Serviceeinheiten Lebensversicherung, Krankenversicherung-Betrieb, Krankenversicherung-Leistung sowie Schaden- und Unfallversicherung insgesamt knapp 11 Millionen Dokumente, Vorgänge und Anträge bearbeitet.

Bei der AXA Deutschland gehen pro Tag allein zwischen 25.000 und 35.000 Briefsendungen ein. Diese zeitnah und genau zu bearbeiten, ist nicht nur eine fachliche, sondern auch eine logistische Herausforderung. Verantwortlich für die effiziente Verarbeitung ist die AXA Logistic



Services. Erster Schritt im ausgefeilten Bearbeitungsprozess: Das Team digitalisiert sämtliche Schreiben der Eingangspost, um diese den Sachbearbeitern schnell über das Firmen-Netzwerk zugänglich zu machen. Bis zu 400.000 Seiten Papier wandern dafür jeden Tag über die Hochleistungsscanner. Ob es um eine Vertragsauskunft oder um die Rückfrage eines Kunden zu seinem Produkt geht – die Sachbearbeiter können zentral auf sämtliche relevanten Dokumente zugreifen und somit jedes Anliegen schnellstmöglich bearbeiten und beantworten.

Damit dabei jeder Arbeitsschritt den hohen Anforderungen des internen Prozess- und Qualitätsmanagements genügt, ist unter anderem auch eine perfekte Steuerung notwendig. Dafür sorgt der Bereich Steuerung & Entwicklung. Das Team ist für sämtliche

Prozesse, deren Umsetzung sowie für die Qualitätsmessung der Ergebnisse in den einzelnen Ressorts verantwortlich. „Wir entwickeln unsere Arbeitsabläufe von der Telefonie bis zur Fallbearbeitung ständig weiter“, erläutert Jens Hasselbächer. Im Zentrum steht dabei neben der Qualität die Effizienz, Transparenz sowie der reibungslose Ablauf zwischen den Schnittstellen: „Wir legen großen Wert darauf, dass bei der AXA trotz der standort- und spartenübergreifenden Vereinheitlichung von Prozessen und Standards immer der Mensch im Mittelpunkt steht.“ Denn gerade im Servicebereich hängt die Qualität von zahlreichen sozialen und emotionalen Komponenten ab. „Unsere Kunden und unsere Partner sollen immer das Gefühl haben, dass die Servicemitarbeiter bei AXA stets erreichbar, zuverlässig, kompetent und flexibel sind.“ ◀

Rundum versorgt im Fall der Fälle – der schadenservice360°

Entsprechend der AXA Philosophie, den Kunden ganzheitlich in jeder Lebensphase mit individuellen Versicherungs- und Vorsorgelösungen zu beraten, arbeitet auch das Zentrale Schadenmanagement der AXA. Der schadenservice360° in den Sparten Auto und Haus ermöglicht dem Kunden eine einfache Abwicklung im Schadenfall. AXA steht ihm dabei nicht nur als zuverlässiger Lösungsversicherer zur Seite, sondern kümmert sich über ein eigenes Netzwerk von zertifizierten Werkstätten

und spezialisierten Handwerks- und Sanierungsunternehmen auch um eine möglichst zügige Regulierung. Weitere Vorteile: Aufgrund ihrer Größe erhält AXA fest vereinbarte Konditionen und der Kunde nützliche Zusatzservices. Die Abrechnung und Abwicklung erfolgt direkt zwischen AXA und den Partnerunternehmen – beispielsweise Kfz-Werkstätten, Mietwagenpartnern oder Spezialfirmen, die etwa bei der Sanierung von Leitungswasser- und Brandschäden an Gebäuden helfen können.

PRODUKTE UND LEISTUNGEN

II.

Lösungen für alle Lebenslagen



„Gute Beratung und Verkauf sind kein Widerspruch“

AXA Vertriebsvorstand Wolfgang Hanssmann über die gesellschaftliche Bedeutung von Versicherungen und die öffentliche Diskussion über Provisionsanreize.



Wolfgang Hanssmann setzt sich dafür ein, dass die Versicherungsbranche ihre gesellschaftspolitische Rolle den Menschen stärker vermittelt.

Herr Hanssmann, das Berufsbild des Versicherungsverkäufers hat seit Jahrzehnten ein schlechtes Image. In letzter Zeit jedoch kritisieren Verbraucherschutz und Medien Vertriebe besonders vehement. Was läuft falsch?

Zunächst einmal muss man differenzieren, denn es gibt ja nicht „den Vertrieb“. Wir arbeiten mit vielen unterschiedlichen Vertriebswegen zusammen: allen voran mit unseren gebundenen Vermittlern, die wir als unseren Exklusivvertrieb bezeichnen. Kooperationspartner der AXA sind darüber hinaus aber auch Makler, Mehrfachagenten und unabhängige Finanzvertriebe oder Banken. Ich bin mir absolut sicher, dass wir zu etwa 95 Prozent ganz seriöse, sehr kundenorientiert arbeitende Versicherungsvermittler haben – und zwar sowohl in der Ausschließlichkeit als auch in den unabhängigen Vertrieben. Vermittler, die die Bedürfnisse ihrer Kunden in den Mittelpunkt stellen, die Risikosituation umfassend analysieren und ausgelegt auf die finanzielle Situation des einzelnen Haushalts die richtigen Produkte anbieten. Das belegen auch Studien, in denen sich Kunden zu einem sehr hohen Anteil – entgegen der Kritik am Versicherungsvertrieb im Allgemeinen – mit ihrem persönlichen Berater sehr zufrieden zeigen. Aber klar ist auch, es gibt „schwarze Schafe“ oder einzelne Fehlentwicklungen, die ärgerlich und schädlich sind. Sie beschädigen den Ruf der vielen hervorragenden und engagierten Berater und Verkäufer.

Sie sagen, der Vertrieb von Versicherungen hat eine für die Gesellschaft sehr relevante Funktion. Kommt Ihnen das in der aktuellen öffentlichen Diskussion zu wenig rüber?

Wir müssen ganz klar selbstkritisch feststellen, dass es die Versicherungsbranche in den vergangenen Jahren zu wenig geschafft hat, ihre immense gesellschaftliche Bedeutung den Menschen wirklich zu vermitteln. Die deutschen Versicherungen sorgen jeden Tag dafür, dass Millionen ihrer Kunden vor den essenziellen Risiken des Lebens geschützt werden und sich so gezielt auf die Verwirklichung ihrer individuellen Perspektiven konzentrieren können. Die öffentliche Diskussion dagegen wird reduziert auf ein-

zelle Fehlberatungen und falsche Provisionsanreize bei einem Bruchteil der Vermittler.

Das Grundproblem ist, dass hinter einer Versicherung ein immaterielles Produkt steckt, das mitunter kompliziert ist und sich zugleich mit Risiken befasst, die wir Menschen gerne ausblenden. Ich kenne niemand, der morgens aufwacht und sagt: Mensch, heute muss ich mal eine Riester- oder eine Rürup-Versicherung kaufen! Hierfür bedarf es in den allermeisten Fällen eines Impulses – und der kommt vom Vermittler, der zum Kunden geht, ihn über die Risiken aufklärt, eine passende Lösung erarbeitet und diese dann – natürlich – auch verkauft. Man spricht hier von einem Verkäufermarkt. Um es ganz deutlich zu sagen: Ohne Verkäufer, die aktiv auf die Menschen zugehen und aufklären, sähen die langfristigen Entwicklungen zum Beispiel in Sachen Altersarmut und Pflegenotstand wesentlich dramatischer aus, als sie ohnehin schon sind. Das ist es, was ich mit gesellschaftlicher Verantwortung meine.

In diesem Zusammenhang wird oft kritisch angemerkt, dass beim Verkauf die Provision und nicht das Kundenwohl im Vordergrund steht. Die Honorarberatung wird oft als Gegenmodell dargestellt.

Ich sehe keinen Widerspruch von guter Beratung und Verkauf. Ein guter Vermittler wird sich immer darum bemühen, seinen Kunden zu verstehen und ihm ein auf seine Bedürfnisse passendes Angebot zu unterbreiten. Nach dem neuen Versicherungsvertragsgesetz sind unsere Vermittler übrigens dazu verpflichtet, den Kunden, nachdem sie einen Abschluss getätigt haben, auch dauerhaft zu betreuen. Wer nur auf Provision aus ist, wird diesen inzwischen gesetzlichen Anspruch nicht erfüllen und daher langfristig keine Chance mehr in diesem Markt haben.

Ich bin überzeugt, dass es für die verschiedenen Beratungsmodelle einen Markt gibt und der Kunde die Freiheit haben sollte, zu wählen. Die von einigen radikal geforderte Abschaffung des provisionsgebundenen Vertriebs zugunsten der Honorarberatung geht aus meiner Sicht vollkommen am Ziel vorbei. In einigen nordeuropäischen Ländern wurde ja der Vertrieb gegen Provision abgeschafft. Inzwischen beklagt man dort einen breiten Versicherungsnotstand, weil die Leute völlig unterversichert sind. Dort zeigt sich, dass eben kaum jemand auf die Idee kommt, auf eigene Initiative Versicherungen zu kaufen. Zudem gibt es auch kaum noch Vermittler, die diesen für die Gesellschaft so wichtigen Beruf ausüben wollen. Ein Vorbild für Deutschland könnte daher das holländische Provisionsmodell sein, bei dem die gesamten Provisionen zu etwa 50 Prozent am Anfang und zu 50 Prozent verteilt über die Laufzeit gezahlt werden. Das ist für den Vermittler natürlich ein erheblicher Anreiz, seine Kunden langfristig noch besser zu betreuen.

Garant für eine qualitativ hochwertige Beratung ist das aber trotzdem nicht.

Richtig, für den Kunden ist letztlich die Qualität der Beratung und Betreuung entscheidend und nicht, wie diese vergütet wird. Schlechte Qualität wird auch durch Honorarberatung nicht ausgeschlossen. Denn wie will der Kunde prüfen, wie viele – zu bezahlende – Beratungsstunden angemessen sind und ob die Empfehlung wirklich die beste ist? Für alle Berater und Vermittler muss daher eines verbindlich und gleichermaßen gelten: Sie müssen die Anforderungen der EU-Vermittlerrichtlinie erfüllen. Derzeit nämlich müssen sich diesen Mindestanforderungen einige Beratungsmodelle – dazu gehört im Übrigen auch die Honorarberatung – nicht unterordnen. Jeder, der in Deutschland in Versicherungsfragen berät, egal ob Vermittler, Honorarberater oder auch die Berater der Verbraucherschutzverbände, muss aus meiner Sicht aber gleichermaßen unter die EU-Vermittlerrichtlinie fallen und damit Sachkunde, geregelte Vermögensverhältnisse sowie eine ordentliche Zertifizierung nachweisen – und natürlich für seine Beratungsleistung haften.

Welche Rolle muss der Gesetzgeber spielen? Ist mehr Regulierung notwendig?

Ich sagte, dass die Versicherungswirtschaft eine gesellschaftspolitisch relevante Rolle besitzt. Dieser in hoher Qualität nachzukommen, ist die zentrale Verantwortung aller Beteiligten. Neben den vielfältigen Aktivitäten einzelner Unternehmen – hier sehe ich uns als ein Vorbild – ist auch die Branche insgesamt, angeführt durch den Verband GDV, aktiv. Die Weiterbildungsoffensive oder auch der Zehn-Punkte-Kodex sind nur zwei Beispiele dafür. Bei der Anwendung und Einhaltung unserer eigenen Maßstäbe müssen wir als Branche sehr konsequent sein. Ohne den Gesetzgeber, der Mindestanforderungen festlegt, geht es aber dennoch nicht. Schon die bereits angesprochene Vertriebsvielfalt in unserer Branche macht einen für alle verbindlichen gesetzlichen Rahmen notwendig. Als AXA können wir zum Beispiel nur auf unsere gebundenen Vertriebspartner direkten Einfluss nehmen und dafür sorgen, dass die hohen Qualitätsstandards tagtäglich auch eingehalten werden.

In den vergangenen Jahren hat die Versicherungsbranche eine Vielzahl von Gesetzen und Verordnungen erlebt, die für mich absolut in die richtige Richtung zeigen. In der Summe werden sie zu einer weiteren Verbesserung in der Qualität der Beratung und bei der Vermittlung von Versicherungen beitragen. Damit wird die Spreu noch stärker vom Weizen getrennt. Übrigens: Weil ein Versicherer nur bei einem Ausschließlichkeitsvertrieb unmittelbaren Einfluss auf die Qualität nehmen kann, ist dieser oftmals schon totgesagte Vertriebsweg bei Versicherungsunternehmen derzeit wieder „in“.

Welche Veränderungen erwarten Sie vor diesem Hintergrund für die Zukunft im Vertrieb?

Ich erwarte eine noch weiter zunehmende Professionalisierung, die sich auch in der Struktur der Vertriebe niederschlagen wird.

Ich gehe davon aus, dass es in den nächsten Jahren eher weniger zertifizierte Vermittler geben wird. Besonders die Ein-Mann-Agentur oder der Ein-Mann-Makler wird auf Sicht keine Chance mehr in diesem Markt haben und es werden größere und professionelle Betriebe entstehen. Nur sie können ihren Beratern ermöglichen, sich in verschiedenen Gebieten zu Spezialisten weiterzuentwickeln. Auch die Kosten für einen gut organisierten und geschulten Innendienst können auf Dauer nur größere Einheiten stemmen.

Darauf legen wir als AXA sehr viel Wert. Denn oft ist ja gerade die Innendienstkraft für Kunden der erste Ansprechpartner in der Agentur. Auch wenn sie von der Vermittlerrichtlinie nicht erfasst wird, stellt gerade sie häufig die ersten wichtigen Weichen, damit ein Kunde zügig eine qualitativ gute Beratung bekommt.

Ebenso erwarte ich eine weitere Professionalisierung der beratungsunterstützenden Technologien und Methoden. Wir als AXA haben sehr schnell, weitsichtig und aus Überzeugung auf das neue Versicherungsvertragsgesetz (VVG) reagiert und unseren ganzheitlichen Beratungsansatz plan360° eingeführt – inklusive einer speziell dafür entwickelten Software.

Was tut AXA insgesamt, um eine hohe Qualität in der Beratung sicherzustellen?

Wir haben uns vorgenommen, Privatkunden mit unseren Ausschließlichkeitsvermittlern die beste Beratung zu bieten, die sie in Deutschland bekommen können. Nach VVG sind alle Berater verpflichtet, eine Rundum-Beratung durchzuführen. Mit plan360° haben wir bei AXA sicherlich ein sehr gutes, überlegenes Instrument dafür. Außerdem schauen wir uns sehr differenziert an, ob die Rundum-Beratung in der Praxis wirklich umgesetzt wird. Ein konkretes Beispiel: Anders als früher reicht es heute nicht mehr, erfolgreich eine Berufsunfähigkeitsversicherung zu verkaufen. Stattdessen muss der Vermittler nun auch über die anderen biometrischen Risiken wie Invalidität, Pflege, Arbeitsunfähigkeit sprechen. Wir investieren viele Mittel in Produkt- und Beratungstrainings unserer Agenturen. Auch Qualitätsmerkmale wie Stornoquote, Anbündelungsquote und auch die Kundenzufriedenheit, die wir regelmäßig messen, spielen eine viel größere Rolle bei der Bewertung unserer Agenturen.

In Bezug auf die unabhängigen Vermittler setzen wir vor allem auf Produktschulungen sowie die Schulung von Beratungsansätzen und eine hohe Servicequalität bezüglich der personellen und technischen Unterstützung. Natürlich ist es für jeden Partner, der mit uns zusammenarbeiten möchte, zwingende Voraussetzung, alle gesetzlichen Anforderungen zu erfüllen.

Bei steigendem Qualitätsanspruch: Wird Vertrieb da nicht zu einem knappen und teuren Gut? Also weiter steigende Provisionen und Incentives?

In der Tat erwarte ich, dass der Wettbewerb um gute Versicherungsverkäufer zunehmen wird. Es wird mittelfristig zu einem

„War for Talents“ kommen. Hierfür ist neben den höheren Anforderungen schlicht auch die demografische Entwicklung verantwortlich. Und wenn eine wichtige Ressource knapp wird, wird sie teurer. Wer in diesem Zusammenhang aber nur an Provisionen denkt, greift deutlich zu kurz. Für einen guten Berater ist mindestens ebenso entscheidend, dass Produktqualität, Service und Zuverlässigkeit bei der Schadenregulierung stimmen, er gute Weiterbildungsmöglichkeiten geboten bekommt und – mehr denn je – dass das Unternehmen über eine renommierte Marke und eine hohe finanzielle Stabilität verfügt. Bei all diesen Punkten sind wir gut bis sehr gut positioniert.

Bei Incentives, die ja ziemlich ins Gerede gekommen sind, muss man ganz deutlich differenzieren. In der Ausschließlichkeit sind Incentives, das heißt Wettbewerbe mit Ausschreibungen und Rankings, ein Teil des Vergütungssystems in einem Verkäufermarkt und ein wichtiges Steuerungsinstrument. Natürlich müssen die Kriterien für einen Wettbewerb die Qualitätsziele unterstützen, wie das bei uns wie gesagt der Fall ist. Damit sorgt ein Wettbewerb dafür, dass die Ziele des Unternehmens im Vertrieb auch umgesetzt werden und auch nur die Agenturen eine Chance haben vorne zu stehen, die sich entsprechend danach ausrichten.

Im Maklermarkt, da bin ich sehr klar, haben von Versicherungsunternehmen durchgeführte Wettbewerbe hingegen ganz klar nichts zu suchen. Ein Makler muss gegenüber seinem Kunden die Produktauswahl völlig unabhängig treffen.

Wir haben unsichere Zeiten vor uns. Kunden sind spürbar zurückhaltender, sich langfristig zu binden, und das Vertrauen in Finanzdienstleistungsunternehmen hat gelitten. Wagen Sie zum Abschluss einen Ausblick?

Wir leben in der Tat in einer Zeit, die für die Menschen ungewöhnlich viele kurz-, mittel- und langfristige Herausforderungen mit sich bringt. Das reicht von einem derzeit sehr niedrigen Zinsniveau, das gerade bei sicheren Anlagen kaum mehr attraktive Renditen ermöglicht, über deutlich steigende Kosten im Gesundheitssektor bis hin zu einem kontinuierlich steigenden Lebensalter, dessen langfristige Folgen für die Gesellschaft bislang kaum jemand wirklich erfasst hat.

Gerade vor diesem Hintergrund ist es unsere Aufgabe, Sicherheit und Schutz zu bieten. Wir sind dafür da, die Menschen gegen existenzbedrohende Risiken zu schützen, ihnen beim Vermögensaufbau zu helfen und sie zu mehr dringend benötigter privater Vorsorge zu animieren.

All dies müssen wir tun mit einem Maximum an Qualität und Kundenorientierung – sowohl bei der Entwicklung unserer Produkte als auch bei unserer Beratung. Anspruch der AXA ist es, für Kunden in allen Finanz- und Versicherungsfragen der Partner erster Wahl zu sein. Diesen gilt es auch 2012 Tag für Tag immer wieder aufs Neue einzulösen. ◀

Lebenslanges Lernen

Bei AXA gilt die Maxime: Täglich alles geben. Um die hohe Qualität in der Versicherungs- und Vorsorgeberatung zu garantieren, investiert AXA in ein umfassendes und regelmäßiges Aus- und Weiterbildungsprogramm für die Vertriebspartner.

19.500 Seminartage allein in der Weiterbildung – aneinander gereiht wären das mehr als 53 Jahre Lernen am Stück. 2011 hat AXA mit seinem umfassenden Schulungsprogramm für Vertriebspartner erneut bewiesen, dass der Konzern in Sachen Aus- und Weiterbildung Unternehmen erster Wahl ist. „Der Markt für Versicherungs- und Vorsorgeprodukte wird immer komplexer. Qualifizierte Beratung wird damit zu einem immer wichtigeren Wettbewerbsvorteil“, betont Werner Müller, Leiter der Abteilung Vertriebstraining bei AXA.

Für die Qualifikation des Vertriebs ist bei AXA eine eigene Abteilung mit 25 Fach-, Verhaltens- und Führungskräfte Trainern zuständig. „Allein zu unseren 62 unterschiedlichen Präsenzseminaren, von denen viele mehrfach stattfanden, konnten wir im Jahr 2011 mehr als 6.100 Teilnehmer begrüßen“, sagt Müller. Zusätzlich gab es zahlreiche online-basierte Weiterbildungstools und E-Learning-Angebote, zum Teil als Ergänzung zu Präsenzseminaren.

Pflicht und Kür

Sämtliche Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen sind fester Bestandteil des AXA Planungsprozesses im Vertrieb. Dabei unterscheidet das Unternehmen zwischen zwei Schulungsformen: verpflichtende Qualifizierungsmaßnahmen beispielsweise im Rahmen von Gesetzesänderungen und Qualifizierungsmaßnahmen aufgrund von Neueinführungen oder Veränderungen von Produkten.

Ein mehr als 200 Seiten starker Seminarkatalog, der im Intranet zugänglich ist, listet sämtliche zentralen und dezentralen Qualifizierungsangebote der AXA für den Vertrieb auf. Von den Vertriebspartnern des Exklusivvertriebs über die Innendienstmitarbeiter in den Agenturen bis hin zu Führungskräften, Fachberatern oder Direktionsbevollmächtigten – alle finden hier für sie maßgeschneiderte Seminare.

Ein Schwerpunkt der Qualifizierungsmaßnahmen lag 2011 auf der Intensivierung der ganzheitlichen Beratungsphilosophie im Rahmen des plan360°-Konzeptes. „Unser Schulungsziel ist hier, dass alle Vermittler einen einheitlichen Beratungs-, Angebots- und Verkaufsansatz realisieren“, erläutert Müller.

Ebenfalls verpflichtend sind bei AXA Vertriebs-Schulungsmaßnahmen im Rahmen von Agenturentwicklungsprogrammen, bei denen beispielsweise spezielle betriebswirtschaftliche oder steuerrechtliche Kenntnisse vermittelt werden. Auch die IHK-geprüften Lehrgänge zum Fachberater für Finanzdienstleistung (IHK) oder zum AXA/DBV-eigenen Finanzdienstleistungsberater enthalten für die Teilnehmer verpflichtende Weiterentwicklungsschritte.

Insgesamt stand das Jahr 2011 innerhalb des AXA Vertriebs im Zeichen eines wachsenden Qualifizierungsbedarfs. „Gerade die im vergangenen Jahr wieder sehr intensiv geführte Diskussion um die Qualität in der Finanz- und Vorsorgeberatung macht einen stetigen Ausbau der Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen unerlässlich“, betont Müller. AXA setzt dabei mit seinem Programm seit jeher Standards in der Branche. ◀

Initiative Chance-Risiko-Optimierung

AXA stellt Maklern eine komplette Unterstützung für die Altersvorsorgeberatung der Zukunft zur Verfügung. Elaxy AV Lotse heißt das neue Beratungstool. Es ermöglicht einen ganzheitlichen Beratungsansatz, kombiniert mit einer umfassenden und individuellen Risikoanalyse bei Kunden. „Makler, die mit AXA zusammenarbeiten, können jetzt in nur fünf Schritten und

mit wenigen Angaben mithilfe des Tools die passende Vorsorgelösung für ihren Kunden ermitteln“, sagt Kai Kuklinski, Leiter des Makler- und Partnervertriebs der AXA. Basis für die individuelle Analyse des Altersvorsorgebedarfs ist eine systematische Risikoklassifizierung. Diese Lösung ist einzigartig und nur exklusiv bei AXA für Makler zugänglich.

Privatkunden

Flexibel für alle Lebensphasen

Eine Existenzabsicherung für Kinder mit Notfallbetreuung? Eine Risiko-Unfallversicherung, die bei der beruflichen Wiedereingliederung hilft? Eine Risikolebensversicherung, die gesundheitsbewusstes Verhalten belohnt? Wer für Privatkunden erste Wahl sein möchte, muss mehr bieten als finanzielle Unterstützung. Mit bedarfsgerechten Lösungen erreichte AXA 2011 im Segment Privatkunden seine anspruchsvollen Ziele.

Mit einem Anteil von gut 32 Prozent an den Beitragseinnahmen ist das Segment Privatkunden nach wie vor das größte Kundensegment der AXA Deutschland und war 2011 mit einem Plus von 4,1 Prozent das mit dem stärksten Wachstum. Dabei stand das vergangene Jahr für die gesamte Branche und insbesondere für den Privatkundenbereich stark im Zeichen vieler regulatorischer Änderungen. So begannen 2011 die Vorbereitungen zur Absenkung des Rechnungszinses, die der Gesetzgeber zum 1. Januar 2012 für die Lebensversicherung vorgeschrieben hat, und für die vom Europäischen Gerichtshof initiierte Einführung von Unisex-Tarifen spätestens zum 21. Dezember 2012. Auch die Entwicklung einer neuen Einwilligungs- und Schweigepflichtentbindungserklärung, die den Kunden ab 2013 bei Vertragsabschluss ausgehändigt werden muss, sowie die Entwicklung eines neuen Produktinformationsblattes band und bindet verstärkt Kapazitäten. Dennoch arbeitete der Konzern auch 2011 intensiv an zahlreichen Produktneuerungen und ergänzte das bewährte Produktangebot um Lösungen für weitere Kundengruppen (siehe Seite 26).

plan360° bekommt Zuwachs

Auch 2011 war das Privatkundensegment nachhaltig auf die umfassende Betrachtung von Kundenbedürfnissen ausgerichtet. So zieht das Beratungs- und Betreuungskonzept plan360° konsequent größere Kreise: 2008 zunächst mit dem Fokus auf die Vorsorge- und Absicherungsbedürfnisse von angehenden Ruheständlern gestartet, folgten 2010 die Berufstätigen. 2011

weitete AXA das erfolgreiche Konzept auch auf Familien aus, im laufenden Jahr kommt die Zielgruppe der Berufseinsteiger hinzu. „Damit erreicht das ganzheitliche Konzept nun Kunden in wirklich allen Lebensphasen“, erklärt Thomas Gerber, der im Gruppenvorstand der AXA Deutschland das Segment Privatkunden verantwortet. Ziel der Rundum-Beratung ist, gemeinsam mit dem Kunden individuelle Vorsorge- und Absicherungspakete zu schnüren, die seine aktuelle Lebenssituation abdecken und sich flexibel den künftigen Bedürfnissen in seinem Leben anpassen lassen.

So richtet plan360° Familie das Augenmerk insbesondere auf die bedarfsgerechte Absicherung von Kindern und Eltern in allen Risikolagen und die langfristige Planung ihrer finanziellen Zukunft. plan360° Einsteiger trägt der Tatsache Rechnung, dass die allermeisten 16- bis 29-Jährigen trotz noch begrenzter finanzieller Mittel eine tragfähige Absicherung ihrer Existenz und ihres Eigentums benötigen.

Finanzierung für ein langes Leben

Ein Großteil der Bundesbürger weiß mittlerweile um die Notwendigkeit privater Vorsorge, wie das aktuelle AXA Ruhestand-Barometer zeigt. So rechnen fast die Hälfte der Arbeitnehmer mittleren Alters und zwei Drittel der Jüngeren nicht damit, dass die gesetzliche Rente den Hauptteil ihrer Versorgung im Alter ausmachen wird. Mit steigenden Lebenserwartungen und nachlassender staatlicher Absicherung sind Kunden verstärkt auf ergänzende Angebote angewiesen: dies sowohl zur finanziellen Absiche-

Highlights 2011

- Privatkundensegment wächst um 4,1 Prozent
- Ausdehnung des 360°-Konzeptes auf Familien und Berufseinsteiger
- Initiative „Chance-Risiko-Optimierung“ gestartet



rung im Alter, und dies möglichst lebenslang, als auch mit Blick auf die Finanzierbarkeit einer angemessenen Pflegebetreuung.

Dazu hält AXA eine ganze Palette von Produkten und Lösungen für unterschiedlichste Kundenbedürfnisse bereit. Der Erfolg gibt dem Unternehmen recht: Gegen den Markttrend wuchs das Vorsorge-Neugeschäft bei AXA im abgelaufenen Geschäftsjahr.

Initiative für mehr Überblick

Ein Thema, das AXA seit einigen Jahren aktiv begleitet, ist die Transparenz und Vergleichbarkeit von Versicherungsprodukten. „Insbesondere der Vorsorgemarkt ist mit den zahlreichen Lösungen für unterschiedlichste Bedürfnisse sehr komplex geworden und bietet eine für den Kunden kaum noch zu überschauende Fülle“, stellt AXA Vorstandsmitglied Thomas Gerber fest. Um Kunden und Vertriebspartner effektiv bei der Orientierung zu unterstützen, hat

der Maklervertrieb der AXA daher im Herbst 2011 die Initiative Chance-Risiko-Optimierung gestartet. Zusammen mit zwei Software- und Analysehäusern hat der Versicherer einen Online-Beratungsansatz entwickelt, mit dem sich anschaulich herleiten lässt, welche Kombination von Sicherheit und Renditechancen für den Kunden passend ist und welche Produkte sich im jeweiligen Einzelfall am besten eignen. Die zugehörige Vergleichssoftware stellt AXA den Maklern kostenfrei zur Verfügung.

Mehr Sicherheit in der Beratung und bei der Produktauswahl schafft nach AXA Einschätzung auch die Brancheninitiative Volatium des unabhängigen Analysehauses Morgen & Morgen. Sie garantiert über einheitliche Standards bei der Analyse von Renditewahrscheinlichkeiten eine bessere Vergleichbarkeit für Altersvorsorgeprodukte. 2011 hat AXA die Angebote KlassikRente, FondsRente und FondsRente OptiGarant nach dem Volatium-Standard zertifizieren lassen. ◀

Gemeinsam gut versorgt:

Als Dominik Lück vor drei Jahren AXA Kunde wurde, hatte er gerade seine Ausbildung zum Physiotherapeuten abgeschlossen. Die gemeinsame Wohnung mit seiner Lebensgefährtin Sonja Gronauer in Heddesheim war frisch bezogen – ein optimaler Zeitpunkt, um mit der Beratung nach plan360° die bestehenden Versicherungslücken zu schließen und etwas für die eigene Altersvorsorge zu tun. Bis heute wird das junge Paar von AXA Vermittler Shane Kirdorf aus Mannheim betreut.



Kinderschutzpaket

Hilfe für Eltern – Sicherheitsnetz für den Nachwuchs

Eltern möchten gerne sichergehen, dass ihre Sprösslinge rundum vor Gefahren geschützt sind. Meist haben sie dabei vor allem das Risiko von Unfällen vor Augen. Dabei sind bleibende körperliche oder geistige Handicaps viel häufiger Folge schwerwiegender Erkrankungen. Um den Schrecken beider Risiken zu mildern, hat AXA im Frühjahr 2011 das Kinderschutzpaket entwickelt und damit eine Lösung gefunden, die in dieser Form noch einzigartig auf dem deutschen Markt ist.

Das Paket bietet umfassenden Schutz gegen die Folgen von schweren Krankheiten und Unfällen – und dies schon ab dem dritten Lebensstag des Kindes. Neben der finanziellen Absicherung in Form einer lebenslangen monatlichen Rente – frei wählbar

zwischen 500, 1.000 und 1.500 Euro – und einer einmaligen Kapitaleistung von 50.000 Euro unterstützt AXA die Familie unter anderem mit einem professionellen Reha-Management, das das Kind zurück in die Schule und später in den Beruf begleitet, und familiengerechten Zusatzservices, die den Alltag erleichtern.

Die in Fulda ansässige Deutsche Familienstiftung hat das Kinderschutzpaket geprüft und wegen seiner besonderen Familienfreundlichkeit empfohlen. Jutta Spätling von der Deutschen Familienstiftung: „Wir empfehlen das Kinderschutzpaket, weil es sowohl die Besonderheiten der Familie als auch die des aufwachsenden Kindes berücksichtigt und familienfreundlich finanzierbar ist.“

Risiko-Unfallversicherung

Im Leistungsfall mehr als nur Geld

Manchmal gehen Unfälle in der Freizeit, beim Sport oder im Haushalt nicht so glimpflich aus, wie man es sich wünschen würde. Schwerwiegende Unfälle belasten die Betroffenen häufig sogar ein Leben lang. Zu den gesundheitlichen Konsequenzen kommen oft finanzielle Belastungen, bedingt durch Arbeitsunfähigkeit und Verdienstausschlag. Die Gedanken kreisen dann darum, welche Folgen sich für die Familie ergeben und wie es insgesamt weitergeht. Mit seiner deut-

lich verbesserten Risiko-Unfallversicherung möchte AXA nicht nur die finanziellen Folgen auffangen – das Unternehmen möchte den Verletzten darüber hinaus helfen, auch im Alltag wieder Fuß zu fassen.

Zwei Produktlinien – kompakt und komfort – und verschiedene Leistungsarten, die individuell vereinbart werden können, ermöglichen eine an die Bedürfnisse des Kunden angepasste Absicherung. Preisorientierten Kunden bietet die Linie kompakt einen

marktgerechten Unfallschutz. Mit komfort erhalten Versicherte zusätzliche Leistungen wie eine verbesserte Gliedertaxe. Bei beiden Produktlinien profitieren Kunden von einem professionellen Reha-Management, das auch besondere Maßnahmen wie eine psychologische Betreuung nach dem Unfall beinhaltet. Das altersgerechte Preismodell ermöglicht insbesondere jungen Familien und Berufseinsteigern einen Versicherungsschutz zu günstigen Beiträgen.

Risikolebensversicherung

Gesundheitsbewusstes Verhalten spart Beiträge

Manche Menschen leben gesünder als andere: Sie rauchen nicht und haben ihr Gewicht im Griff. Für diese Lebensweise werden sie von AXA beim Abschluss einer Risikolebensversicherung seit Anfang 2011 nun besonders belohnt. Denn die Beiträge sind unter anderem abhängig von gesundheitlichen Kriterien wie dem Body-Mass-Index oder dem Rauchverhalten. Besonders langjährige Nichtraucher erhalten den umfangreichen Risikoschutz zu niedrigen Preisen. Wenn Interessenten zudem auch am Arbeitsplatz keinen außergewöhnlichen Risiken ausgesetzt sind, wirkt sich dies ebenso beitragsmindernd aus.

Auch in anderen Bereichen zeigt sich die neue Hinterbliebenenabsicherung sehr flexibel: So können Kunden wählen zwischen einer gleich bleibenden Versicherungssumme – empfehlenswert etwa für die Absicherung der jungen Familie – oder einer individuellen Staffelung, zum Beispiel bei einer Immobilienfinanzierung. Darüber hinaus kann eine Anhebung der Versicherungssumme zum Ausgleich steigender Lebenshaltungskosten oder bei wichtigen Ereignissen wie Hochzeit oder Familiengründung ebenso vereinbart werden wie die Kombination mit einer – kürzlich von zwei Analysehäusern prämierten – Berufsunfähigkeitsabsicherung.

Initiative Elementar/Virtuelles Haus

Gefahrenprävention wird großgeschrieben

Orkantiefs, Sturzregen, Überschwemmungen – unser Wetter wird zunehmend rauer. AXA engagiert sich seit langem in der Erforschung dieser Extremwetterereignisse. Sie nahmen in den vergangenen Jahren signifikant zu und sorgen regelmäßig für verheerende Schäden, die Privathaushalte wie Unternehmen schnell in ihrer wirtschaftlichen Existenz gefährden können. AXA möchte Kunden deshalb stärker für dieses Thema sensibilisieren. Mit der Initiative Elementar unterstützt der Versicherer

seine Vertriebspartner dabei, ihre Kunden in Bezug auf Elementargefahren fachkundig zu beraten und auf relevante Zusatzbausteine aufmerksam zu machen. Auch das Thema Gefahrenprävention wird großgeschrieben: Unter www.axa.de/virtuelleshaus erhalten interessierte Haus- und Wohnungsbesitzer ebenso wie Vermieter und Mieter auf einem virtuellen Rundgang potenzielle Gefahrenstellen aufgezeigt, verbunden mit entsprechenden Tipps zur Vorbeugung.

mobil online

Autopolicy für Preissensible

Nachdem AXA im Vorjahr sehr erfolgreich seine Produktwelt mobil eingeführt und mit mobil komfort einen Tarif auf den Markt gebracht hat, der Service und Leistung in den Vordergrund stellt, hat die Produktfamilie nun mit mobil online weiteren Zuwachs erhalten.

Als Onlineprodukt, das Kunden selbst im Internet abschließen und verwalten können, kommt mobil online den Wünschen von Menschen entgegen, die einen schlanken, preisgünstigen Schutz für ihr Kraftfahrzeug

suchen und auf eine persönliche Beratung verzichten wollen. mobil online ist als Basischutz angelegt, der die gängigsten Risiken im Straßenverkehr abdeckt. Auf Wunsch können Versicherte ihre Police um verschiedene Bausteine erweitern – etwa um Schutzbriefservices oder Versicherungsschutz bei Unfällen mit Tieren aller Art. Wer eine noch umfangreichere Absicherung wünscht, findet in mobil kompakt und mobil komfort weiterhin die bewährten Lösungen.

Firmenkunden

Unternehmen, Inhaber, Mitarbeiter – Schutz für alle

Handel, Industrie, Dienstleistung – die Firmenkunden von AXA sind in zahlreichen Segmenten und Branchen tätig. Entsprechend vielfältig sind auch die Anforderungen an ihren Versicherungsschutz. Deshalb setzt AXA auf die Entwicklung modularer und bedarfsgerechter Lösungen – und sichert damit Unternehmen, Belegschaft und Inhaber gleichermaßen ab.

Mit Beitragseinnahmen von 3,2 Milliarden Euro konnte das Segment Firmenkunden im Jahr 2011 ein Wachstum von 0,5 Prozent und damit – nach dem konjunkturbedingten Rückgang im Vorjahr – eine erfreulich rasche Erholung verbuchen. Wie bereits im vergangenen Jahr ist das Geschäft mit Firmen- und Industriekunden mit einem Anteil von 30 Prozent an den Einnahmen das zweitstärkste Segment der AXA Deutschland.

Ganzheitliche Beratung kommt an

Mit großem Engagement verfolgte AXA 2011 den weiteren Ausbau des erfolgreichen Beratungskonzeptes plan360° Firmen: Auf Basis einer umfassenden, strukturierten Bedarfsanalyse und einer ganzheitlichen Risikobetrachtung bietet AXA Firmenkunden eine maßgeschneiderte und bedarfsorientierte Absicherung aller unternehmerischen Bereiche. Diese umfasst neben Versicherungslösungen für den Geschäftsbetrieb selbst auch die Versorgung der Mitarbeiter und den Schutz und die Vorsorge für den Unternehmer und seine Familie. Möglich wird dies durch Versicherungs- und Vor-

sorgelösungen mit modularem Aufbau, die sich dem individuellen Bedarf anpassen lassen.

„Mit unserem ganzheitlichen Beratungsansatz konnten wir uns 2011 als Lösungsversicherer weiter gut im Wettbewerb positionieren“, stellt Dr. Markus Hofmann fest, der im AXA Vorstand das Segment Firmenkunden verantwortet. Nachdem 2010 bereits 100 Agenturen speziell auf das anspruchsvolle Beratungskonzept vorbereitet worden waren, kamen im vergangenen Jahr weitere 200 Agenturen hinzu, bei denen plan360° Firmen heute erfolgreich im Einsatz ist.

Im mittlerweile weltweiten Kampf um die besten Fach- und Führungskräfte sind eine leistungsstarke betriebliche Altersversorgung (bAV) und Krankenversicherung (bKV) wichtige Argumente eines Unternehmens zur Mitarbeitergewinnung und -bindung. Dank einer breiten Produktpalette sowohl in der betrieblichen Altersversorgung als auch in der betrieblichen Krankenversicherung, die maßgeschneiderte Lösungen für ein Unternehmen ermöglicht, konnte AXA 2011 seine Stellung als Anbieter mit besonderer Stärke in der betrieblichen Versorgung festigen.

Highlights 2011

- Beitragseinnahmen steigen auf 3,2 Milliarden Euro
- Betriebliche Krankenversicherung um leistungsstarken Baustein ergänzt



In der betrieblichen Altersversorgung bietet AXA Unternehmen Produkte in allen fünf Durchführungswegen sowie zahlreiche Zusatzleistungen an. Möglich sind dabei sowohl arbeitnehmer- als auch arbeitgeberfinanzierte Versorgungskonzepte und deren Kombinationen. Langjährige Erfahrung in der betrieblichen Altersversorgung und Unterstützung stellen sicher, dass der Verwaltungsaufwand für Arbeitgeber sehr gering bleibt.

Im vergangenen Jahr hat AXA sein erfolgreiches und bereits seit 2010 existierendes Produktkonzept bAV-RentePlus auch für den Durchführungsweg Direktversicherung eingeführt. Damit bietet AXA in allen Durchführungswegen ein leistungsstarkes Produkt, welches sich ausschließlich an Firmenkunden richtet und optimal an deren Bedürfnisse angepasst wurde. Die betriebliche Krankenversorgung mit ihren erfolgreichen modularen Tarifen FlexMed und FlexMed Premium wurde 2011 um einen leistungsstarken Auslandskrankenschutz für Expatriates – das sind Fach- und Führungskräfte, die von international tätigen Unternehmen vorübergehend an eine ausländische Zweigstelle entsandt werden – ergänzt.

Ausgewählte Kooperationen

Eine wichtige Zielgruppe der betrieblichen Lösungen von AXA sind Familienunternehmen. Eine Partnerschaft mit dem Verband Die Familienunternehmer (ASU) und Die jungen Unterneh-

mer (BJU) hat das 2011 weiter untermauert. Mitglieder der Verbände profitieren von der umfassenden Rundum-Beratung, die die individuelle Absicherung unternehmensspezifischer Risiken genauso abdeckt wie die Absicherung des Unternehmers, seiner Mitarbeiter und seiner Familie. Auch Know-how- und Erfahrungsaustausch gehören zur Kooperation. So brachte AXA auf einer Veranstaltung des Verbandes seine Expertise in der Analyse und Absicherung von IT-Risiken ein. Das Thema Informationssicherheit war 2011 ein Schwerpunktthema im Firmenkundenbereich. Zusammen mit der IT-Sicherheitsberatung 8com und dem Informatikzentrum der Sparkassenorganisation, SIZ, gründete AXA die Initiative Lifecycle of Information Security. Diese hat das Ziel, Unternehmen verstärkt für IT-Risiken zu sensibilisieren und ihnen ganzheitliche Konzepte für einen bestmöglichen Schutz auszuarbeiten.

2012 engagiert AXA sich weiter in der Optimierung der bedarfsgerechten Versicherungslösungen für seine Kunden: So steht eine Überarbeitung der Produktlinie Profi-Schutz, mit der kleine und mittlere Unternehmen und Selbstständige einen maßgeschneiderten Rundum-Schutz erhalten, auf dem Programm. Im Frühjahr dieses Jahres machte dabei die Weiterentwicklung des Profi-Schutz-Konzeptes für Land- und Forstwirtschaftsbetriebe in Bezug auf Sachrisiken den Anfang. ◀

Spezialität

Betriebshaftpflicht:

Lars Albrechts Tätigkeitsfeld ist sensibel: Der CEO des Stuttgarter Softwareunternehmens Libelle AG beschäftigt sich mit der Sicherung und Wiederherstellung von Geschäftsdaten. Da kommt es auch in Versicherungsfragen auf jedes Detail an. AXA Vermittler Michael Kaiser aus der Generalvertretung Kaiser & Schiedmeyer und Haftpflicht-Spezialist Werner Pfister aus der Niederlassung Stuttgart stellten für die Libelle AG eine individuell auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Betriebshaftpflichtversicherung zusammen.

Initiative Elementar

Mit Wissen gegen schlechtes Wetter

Stürme, Starkregen, Überschwemmungen – unser Wetter wird zunehmend rauer. AXA engagiert sich seit langem in der Erforschung von Extremwetterereignissen. Experten rechnen damit, dass diese weiter an Zahl und Intensität zunehmen werden. Schon heute sorgen Unwetter regelmäßig für verheerende Schäden, die Unternehmen wie Privathaushalte schnell in ihrer wirtschaftlichen Existenz gefährden können. AXA möchte Kunden und Öffentlichkeit deshalb stärker für diese Risiken sensibilisieren. Denn nach wie vor sind in Deutschland Elementarrisiken wie etwa Überschwemmungen noch zu wenig abgesichert – im

betrieblichen wie im privaten Bereich. 2011 ging der Konzern das Thema deshalb gleich von mehreren Seiten an: Im Rahmen der Initiative Elementar unterstützte AXA Makler intensiv dabei, ihre Firmenkunden bedarfsgerecht in Bezug auf Naturgefahren zu beraten. In Veranstaltungen im Rahmen einer bundesweiten Roadshow, Webschulungen, Kurzfilmen, über die persönliche Betreuung sowie im Makler-Extranet teilte der Konzern dabei sein Wissen rund um die Erforschung von Elementarrisiken. 2012 wird die Initiative fortgeführt und auch auf Privatkunden und konkrete Bestandsmaßnahmen ausgedehnt.

bAV-Rente Plus

Verbreiterte Produktpalette

Seit 2011 bietet AXA in der betrieblichen Altersversorgung mit der bAV-Rente Plus auch eine leistungsstarke Direktversicherung an. Sie komplettiert damit die AXA Produktpalette, die es Arbeitgebern und Arbeitnehmern ermöglicht, die Vorteile der vom Staat geförderten betrieblichen Altersversorgung bestmöglich zu nutzen. Im Jahr zuvor war die bAV-Rente Plus bereits erfolgreich als betriebliche Lösung für die Rückdeckung von Versorgungszusagen und Unterstützungskassen an den Start gegangen. Die neue Direktversicherung bietet eine Gesamtverzinsung von bis zu 4,9 Prozent und bündelt die Produkt- und Servicekompetenzen von gleich zwei in der betrieblichen Altersversorgung erfahrenen AXA Gesellschaften. Ausgehend von einer konventionellen Rentenversicherung wurde die bAV-Rente Plus um flexible Produktbausteine ergänzt: So kann ein Kunde beispielsweise seine Beiträge oder die spätere Rente dynamisieren, den Starttermin für die Auszahlungen wählen oder eine Berufsunfähigkeitsabsicherung andocken. Bestnoten für seine Kompetenz in der betrieblichen Altersversorgung erhielt der AXA Konzern 2011 vom Institut für Vorsorge und Finanzplanung: Mit der Note „exzellent“ in den Kategorien Haftung, Beratung, Service und Verwaltung erzielte AXA Spitzenplatzierungen.

IT-Police Elektronik Kompakt

Spezienschutz für IT- und Software-Unternehmen

IT- und Software-Unternehmen sind auf eine voll funktionsfähige IT-Infrastruktur angewiesen. Treten Schäden an Hard- oder Software auf, können diese hohe Reparatur- und Wiederbeschaffungskosten verursachen sowie den Betrieb auf unbestimmte Zeit lahmlegen. AXA bietet daher seit kurzem mit der IT-Police Elektronik Kompakt ein neues Produkt an, mit dem sich speziell diese Unternehmen umfangreich absichern können. In der IT-Police enthalten sind eine Elektronik-Pauschalversicherung bis zu einer Versicherungssumme von 500.000 Euro sowie eine Software- und Mehrkostenversicherung bis zu 100.000 Euro. Ideal für kleine IT-Betriebe: Trotz günstiger Beiträge ist die Selbstbeteiligung im Schadenfall gering. Für Kunden, die einen weitergehenden Versicherungsschutz benötigen, bietet die IT-Police Elektronik Kompakt ein individuell bemessenes Absicherungspaket.

Initiative Industrie- und Firmenkunden

Gesellschaftlichen Herausforderungen begegnen

„Demografischer Wandel und Informationstechnologie. Neue Beratungschancen für Makler“ – unter diesem Motto lud AXA im Rahmen seiner Initiative Industrie- und Firmenkunden in den vergangenen Monaten bundesweit Makler ein, um sie über die Auswirkungen dieser gesellschaftlichen Themen auf die Unternehmens- und Arbeitswelt zu informieren. Gleichzeitig zeigte AXA ihnen aus Versicherersicht ganzheitliche Lösungsansätze für diese Herausforderungen auf. Dazu zählen zum Beispiel arbeitgeberfinanzierte Sozialleistungen zur betrieblichen Altersversorgung und betrieblichen Krankenversorgung, mit denen Unternehmen angesichts des drohenden Fachkräftemangels Mitarbeiter an sich binden können. Als weitere Herausforderung stellen sich zunehmend IT-Risiken dar, vom einfachen Datenverlust bis zum Diebstahl von sensiblen Forschungsunterlagen. Mit dem speziell entwickelten Risikofragebogen versetzt AXA den Makler in die Lage, mit wenigen Fragen die IT-Situation eines Unternehmens zu erkennen und mit den Firmen Versicherungslösungen zu besprechen.



Auslandskrankenschutz

Mitarbeiter grenzenlos versichern

Heute Shanghai, morgen Paris und ab November für drei Jahre New York. Im Zuge der Globalisierung setzen Unternehmen ihre Fach- und Führungskräfte rund um den Globus ein – und müssen dort für deren adäquate Gesundheitskostenabsicherung sorgen. Deshalb hat AXA seine 2010 mit den beiden Tarifen FlexMed und FlexMed Premium eingeführte betriebliche Krankenversicherung im vergangenen Jahr um einen Auslandskrankenschutz für Entsendungen erweitert. Arbeitgeber können darüber sowohl für deutsche Mitarbeiter und ihre Angehörigen als auch für ausländische Expatriates und ihre Familien bei ihrem Einsatz in Deutschland einen hochwertigen Versicherungsschutz ein-

schließlich umfangreicher Assistance-Leistungen erhalten. Der neue Auslandskrankenschutz ist Bestandteil des betrieblichen Krankenversicherungsangebots der AXA, mit dem Unternehmen für ihre gesamte Belegschaft oder für ausgewählte Fach- und Führungskräfte privaten Krankenversicherungsschutz in unterschiedlicher Ausstattung finanzieren können. Über FlexMed Premium kann der Arbeitgeber seinen Mitarbeitern einen umfassenden Privatpatientenstatus ermöglichen, sowohl ambulant als auch stationär. Mit FlexMed lassen sich über einzelne Bausteine wie Vorsorge, Zahnzusatzpolicen oder stationäre Ergänzungsbausteine auch kleinere, auf die Belegschaft zugeschnittene Leistungspakete abschließen.

Lifecycle of Information Security

IT-Risiken umfassend managen

Egal ob es um den Schutz von Kunden- und Firmendaten, die physische Absicherung von Rechenzentren oder den digitalen Verschluss von Betriebsgeheimnissen geht, die Informationssicherheit in einem Unternehmen ist eine komplexe Aufgabe, der angesichts steigender digitaler Kriminalität eine hohe Bedeutung zukommt. Weil dabei in der Regel unterschiedlichste Problembereiche wie Technik und Organisation, aber auch Personal und Risikomanagement berührt werden, ist dafür statt vieler Einzelmaßnahmen ein ganzheitliches Konzept nötig. Dies

aber sprengt schnell das Spektrum eines einzigen Dienstleisters. Deshalb hat AXA zusammen mit der IT-Sicherheitsberatung 8com und dem Informatikzentrum der Sparkassenorganisation, SiZ, die Initiative „Lifecycle of Information Security“ gegründet. Ziel der Kooperation ist, das Bewusstsein für Informationssicherheit in Unternehmen zu stärken und den Verantwortlichen in einem ganzheitlichen Lösungsansatz Werkzeuge an die Hand zu geben, um den gewünschten Sicherheitsstandard zu erreichen und zu halten. Über den sogenannten PDCA-Zyklus – kurz für

„Plan, Do, Check, Act“ – werden die individuellen Anforderungen eines Unternehmens an seine IT-Sicherheit erhoben, mit dem Ist-Zustand abgeglichen und entsprechende Maßnahmen in den einzelnen Themenbereichen entwickelt. So entsteht ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess. Durch das enge Zusammenspiel der drei Projektpartner können Unternehmen so in allen Fragen der Informationssicherheit begleitet werden, bis hin zur Risikoübertragung durch angepassten Versicherungsschutz – eben im gesamten Lifecycle.

Ärzte/Heilwesen

Ärztenspezialisten profitieren erneut von einzigartiger Aufstellung

In einem für die Versicherungsbranche schwierigen Jahr sind die Deutsche Ärzteversicherung und die Beratungsgesellschaft Deutsche Ärzte Finanz weiter gewachsen. Besonders bei Jungmedizinerinnen erfreuen sich beide Unternehmen großer Beliebtheit.

Highlights 2011

- Beitragseinnahmen der Deutschen Ärzteversicherung steigen auf 1,2 Milliarden Euro
- Segment der privaten Krankenversicherung wächst um 11 Prozent
- Gezielte Beratung auch von Apothekern und Zahnmedizinerinnen



„Mediziner brauchen Finanzdienstleister, die sich exzellent mit den individuellen Bedürfnissen auskennen, die der Beruf des Arztes mit sich bringt.“

Jörg Arnold,
Vorstandsvorsitzender der
Deutschen Ärzteversicherung
und der Deutschen
Ärzte Finanz

Das Kundensegment Ärzte/Heilwesen, in dem vor allem die Deutsche Ärzteversicherung und die Deutsche Ärzte Finanz zusammengefasst sind, hat im abgelaufenen Geschäftsjahr erneut gut abgeschnitten. Im Jahresverlauf stiegen die Beitragseinnahmen um 3,1 Prozent auf nahezu 1,2 Milliarden Euro. Maßgeblicher Wachstumstreiber war die private Krankenversicherung – mit einem Zuwachs von 11 Prozent konnte hier sogar das jemals beste Ergebnis im Segment Ärzte/Heilwesen erzielt werden. Ausschlaggebend dafür war vor allem die Abschaffung der Drei-Jahres-Frist. Seit 2010 muss das Einkommen von Angestellten nur noch ein Jahr lang über der Verdienstgrenze liegen, damit sie in die private Krankenversicherung wechseln können. Wichtige Impulse kamen zudem von der Gesundheits- und KlinikRente. Beide bieten Angestellten in Arztpraxen beziehungsweise Krankenhäusern und Pflegeeinrichtungen staatlich geförderte Vorsorgemöglichkeiten und stießen daher im Geschäftsjahr 2011 auf großes Interesse in der Zielgruppe. Zudem belegen diese Produkte die hervorragende Zusammenarbeit im Heilberufe-Netzwerk. Unter diesem Dach ist die Deutsche Ärzteversicherung durch zahlreiche Kooperationen mit wichtigen Organisationen der Heilberufe sehr eng mit ihrer Zielgruppe vernetzt. Aufgrund dieser intensiven und jahrzehntelangen Partnerschaft ist das Unternehmen in der Lage, immer wieder passgenaue Versicherungs- und Vorsorgeprodukte für Ärzte und ihre Angestellten zu entwickeln.

Das gute Abschneiden und die solide wirtschaftliche Aufstellung der Deutschen Ärzteversicherung zeigt erneut ihre hervorragende Positionierung im Markt. „Mediziner legen bei

der Auswahl ihres Finanzdienstleisters immer höheren Wert darauf, einen Spezialisten an ihrer Seite zu haben, der sich exzellent mit den zahlreichen, sehr individuellen Bedürfnissen auskennt, die der Beruf des Arztes mit sich bringt“, sagt Jörg Arnold, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Ärzteversicherung und der Deutschen Ärzte Finanz. „Diese Bedürfnisse kann niemand so gut erfüllen wie die Deutsche Ärzteversicherung mit ihrem jahrzehntelangen Erfahrungsschatz – und die Deutsche Ärzte Finanz mit ihren exzellent ausgebildeten Repräsentanten.“

Ihre Philosophie der Beratung auf Augenhöhe hat die Deutsche Ärzte Finanz auch 2011 konsequent fortgesetzt. Da die finanziellen Bedürfnisse von Apothekern und Zahnmediziner zum Teil deutlich von sonstigen Angehörigen der akademischen Heilberufe abweichen, hat der Vorstand zusammen mit verschiedenen Repräsentanten im Rahmen von zwei Projekten eine Vielzahl von Maßnahmen und Aktionen auf den Weg gebracht, um beide Zielgruppen zukünftig noch systematischer zu erschließen. Während sich das Apothekerprojekt noch in der Pilotphase befindet, ist das Zahnarztprojekt bereits abgeschlossen. Knapp 60 Repräsentanten wurden intensiv auf die individuellen Anforderungen von Zahnärzten geschult und werden sich zukünftig auf diese Zielgruppe konzentrieren. Sehr hilfreich ist zudem, dass es der Deutschen Ärzte Finanz 2011 gelungen ist, neben der bereits bestehenden Kooperation mit dem Zahnmedizinischen Austauschdienst (ZAD) auch den Bundesverband der Zahnmedizinstudenten in Deutschland e.V. (BDZM) und den Bundesverband der Zahnmedizinischen Alumnis e.V. (BDZA) als weitere Kooperationspartner zu gewinnen. ◀



Partner in der Praxisfinanzierung:

Michael Diestelhorst hat es geschafft: Gemeinsam mit einem Kollegen betreibt der 37-jährige Urologe seit 2011 eine eigene Praxis in Bad Salzuffen. Durch die Existenzgründung und Praxisübernahme begleitet hat ihn Alexander Felgenträger, Leiter des Service-Centers Hannover der zum AXA Konzern gehörenden Deutschen Ärzte Finanz. Von der Finanzierung bis zur Vertragsgestaltung und Versicherung – für Michael Diestelhorst war und ist die Deutsche Ärzte Finanz erste Wahl.

Beirat der Deutschen Ärzteversicherung

Dr. Frank Ulrich Montgomery übernimmt Vorsitz

Parallel zur Bundesärztekammer hat Dr. med. Frank Ulrich Montgomery im vergangenen Jahr auch im Beirat der Deutschen Ärzteversicherung den Vorsitz von seinem – leider verstorbenen – Vorgänger Prof. Dr. med. Jörg-Dietrich Hoppe übernommen. Dem seit vielen Jahren bestehenden Gremium gehören 14 renommierte Mediziner und Experten aus dem deutschen Gesundheitswesen an. Der Beirat berät den Vorstand der Deutschen Ärzteversicherung sowohl bei wichtigen strategischen Entscheidungen als auch bei der Entwicklung von Produkten. Darüber hinaus macht das Gremium regelmäßig Vorschläge für die Besetzung des Aufsichtsrats der Gesellschaft. Eine der wichtigsten Aufgaben liegt allerdings in der Interessenvertretung von Kunden bei der Schlichtung von Streitfällen. Vor allem im Bereich der Berufsunfähigkeit geht es häufig um Fälle und Entscheidungen von großer finanzieller Tragweite. Kunden können sich mit ihrem Anliegen an den Beirat wenden, sollten sie anderer Meinung sein als der Versicherer. Da das Gremium mit erfahrenen Medizinerinnen aus allen Fachbereichen besetzt ist, verfügt es wie kaum eine andere Institution über die medizinische Kompetenz, praktisch alle Krankheitsfälle kompetent beurteilen zu können. Aus diesem Grund ist die Deutsche Ärzteversicherung bisher immer dem Votum des Beirats gefolgt, auch wenn es von der eigenen Beurteilung abwich. Sollte ein Kunde auch mit dem Urteil des Beirats nicht einverstanden sein, kann er unabhängig davon einen Ärzt Ausschuss oder den Ombudsmann für Versicherungen anrufen.

Berufsunfähigkeit

Konzepte weiter hoch im Kurs

Die Deutsche Ärzteversicherung und Deutsche Ärzte Finanz verfügen nach wie vor über eine herausragende Stellung im Bereich von Berufsunfähigkeitspolice. Mit knapp 6.800 Verträgen vermittelte die Deutsche Ärzte Finanz im abgelaufenen Geschäftsjahr 17 Prozent mehr als im Jahr 2010. Besonders die neue Ergänzungs-Berufsunfähigkeitsversicherung (EBUZ) der Deutschen Ärzteversicherung erfreut sich großer Beliebtheit. Fast alle Versicherten in Deutschland haben bisher ihre private Altersversorgung und entsprechend auch ihre Berufsunfähigkeitsabsicherung höchstens bis zum 65. Lebensjahr abgeschlossen. Das neue Regelrentenalter der Gesetzlichen Rentenversicherung sowie fast aller Versorgungswerke liegt jedoch inzwischen bei 67 Jahren. Dadurch ergibt sich eine Lücke, die insbesondere im Falle einer Berufsunfähigkeit zwischen dem Endalter der schon existierenden Berufsunfähigkeitsabsicherung und dem Beginn der gesetzlichen Rente gravierend sein kann. Hinzu kommt, dass im fortgeschrittenen Alter das Risiko einer Berufsunfähigkeit stark ansteigt. Diese Lücke schließt die neue EBUZ, indem die Differenz zwischen dem Endalter der bisherigen Berufsunfähigkeitsversicherung und dem 67. Lebensjahr als Rente abgesichert wird.

Jungmediziner

Angebote und Marktposition weiter ausgebaut

Die Deutsche Ärzteversicherung hat 2011 ihre Position bei Jungmedizinerinnen weiter ausgebaut. Mit mehr als 25.000 Mitgliedern profitiert inzwischen fast ein Drittel aller Medizinstudenten in Deutschland von den Vorteilen des Medi-Learn Clubs. Der Club ist ein Angebot der Deutschen Ärzte Finanz und dem studentischen Internetportal Medi-Learn, dem führenden Internetportal für Medizinstudenten und junge Ärzte. Neben einer Seminarreihe zum Beispiel zu Studienfinanzierung oder Examensvorbereitung, einer zweimal jährlich erscheinenden Medi-Learn Zeitung und einer Studienplatz-Tauschbörse gehört zu den kostenlosen Leistungen des Medi-Learn Clubs auch auf Wunsch eine von den Berufsverbänden in Kooperation mit der Deutschen Ärzteversicherung zur Verfügung gestellte Berufs- und Privathaftpflichtversicherung. Ab 2012 wird es für Zahnmediziner außerdem einen eigenen, auf ihre individuellen Bedürfnisse spezialisierten Medi-Learn Club geben.



OptiGarant

Renditechancen und Sicherheit clever kombinieren

Verglichen mit klassischen Lebensversicherungen erfreuten sich fondsgebundene Policen aufgrund ihrer höheren Renditechancen in den vergangenen Jahren einer steigenden Beliebtheit. Nachteil: Die zugrunde liegenden Investmentfonds sind teilweise schutzlos dem Auf und Ab an den internationalen Börsen ausgesetzt. Die Chance auf eine höhere Rendite war daher bislang zwingend mit dem Risiko fallender Kurse verbunden. OptiGarant, die neue Fondspolice der Deutschen Ärzteversicherung, kombiniert dagegen zwei große Vorteile miteinander: die Renditechancen

hervorragender Investmentfonds mit einer neuartigen Kapitalgarantie. Dieses Konzept garantiert Kunden der Deutschen Ärzteversicherung von Anfang an den Erhalt ihrer Beiträge in gewünschter Höhe, zum Beispiel zu 100 Prozent. Wird festgestellt, dass aufgrund der Entwicklung des Fondsguthabens das garantierte Guthaben um mindestens 10 Prozent erhöht werden kann, informiert die Deutsche Ärzteversicherung den Kunden aktiv. Den Kunden eröffnen sich dann grundsätzlich zwei Möglichkeiten, zwischen denen sie wählen können:

- Das Fondsvermögen wird kostenlos in das Sicherungsvermögen transferiert. Auf diese Weise erhöht sich bis zum Ende der Laufzeit das garantierte Guthaben für Rente oder Kapitalauszahlung.
- Das Guthaben verbleibt in der Fondsanlage, sodass weitere Renditechancen wahrgenommen werden können. Das zu diesem Zeitpunkt garantierte Guthaben bleibt dann unverändert bestehen. So bleiben dem Kunden die Vorteile steigender Kurse dauerhaft erhalten, selbst wenn die Kurse an den internationalen Finanzmärkten irgendwann wieder fallen sollten.

Öffentlicher Dienst

Enormes Potenzial

Vor allem über die direkte Ansprache von Dienstanfängern baut der Zielgruppenversicherer DBV Deutsche Beamtenversicherung die Marktposition im Kundensegment Öffentlicher Dienst weiter aus.

Mit seinem Spezialversicherer DBV Deutsche Beamtenversicherung hat der AXA Konzern im vergangenen Jahr seine Position in der Zielgruppe Beamte und Arbeitnehmer im Öffentlichen Dienst sowie deren Familienangehörige weiter ausbauen können. Denn mit einem Plus von 3,2 Prozent auf ein Beitragsvolumen von 1,5 Milliarden Euro gehörte der Öffentliche Dienst 2011 mit zu den am stärksten wachsenden Kundensegmenten innerhalb des AXA Konzerns. Die Hauptgründe für den Erfolg der DBV sind vor allem die fundierten Kenntnisse ihrer Experten um die speziellen Bedürfnisse ihrer Zielgruppe, der kontinuierliche Dialog mit den Kunden und ihren Verbänden sowie die maßgeschneiderten Produkte und Lösungen. Im Vordergrund steht dabei nicht die einzelne Versicherung, sondern ein auf den Bedarf der Zielgruppe abgestimmtes Paket aus Produkten, Services, Beratung und Betreuung. Damit unterscheidet sich die DBV eindeutig von anderen Anbietern.

Die Zielgruppe ist allein mit den 4,5 Millionen Beschäftigten und 60.000 Dienstanfängern in jedem Jahr enorm groß. Einschließlich deren Familienangehörigen sind es rund 12 Millionen Personen, denen die DBV mit ihren speziell ausgebildeten Betreuern bundesweit zur Verfügung steht. Derzeit vertrauen rund 1,2 Millionen Kunden der DBV – dazu gehören Beamte ebenso wie Richter, Lehrer und die Berufsgruppen der Inneren und Äußeren Sicherheit wie etwa Polizisten und Soldaten einschließlich deren Familienangehörigen. 2011 widmete sich die DBV besonders den Dienstanfängern beziehungsweise Anwärtern, die sie vor allem mit Einstiegsprodukten wie der beihilfekonformen Krankenversicherung und der Dienstunfähigkeitsabsicherung als Neukunden ansprach. Mit Erfolg: Die Anzahl der versicherten Dienstanfänger über

die Dienstunfähigkeitsversicherung überschritt erstmals die Zahl von 10.000 Verträgen.

„Dienstanfänger unterliegen eigenen Versorgungssystemen, die die DBV optimal ergänzt“, erläutert Rainer Brune, Vorstandsmitglied der DBV Versicherungen und im AXA Gruppenvorstand für das Segment Öffentlicher Dienst verantwortlich. Mit der Dienstanfänger-Police bietet die DBV beispielsweise jungen Beamten auf Probe oder Widerruf eine Dienstunfähigkeitsversicherung in Kombination mit einer Altersvorsorge. „Gerade während der ersten Dienstjahre haben angehende Beamte keine Absicherung, wenn sie aufgrund eines Unfalls oder einer schweren Krankheit arbeitsunfähig werden“, so Brune. „Hier setzt die Dienstanfänger-Police an.“

Neben der Dienstunfähigkeitsabsicherung war die DBV in ihrer Zielgruppe aber auch mit ihren Lösungen im Bereich der Krankenversicherung sowie der Schaden- und Unfallversicherung erfolgreich. Gerade für die Krankenversicherung gelten im Öffentlichen Dienst besondere Voraussetzungen: Ergänzend zur Beihilfe ihres Dienstherrn sind Beamte verpflichtet, eine Krankenvollversicherung abzuschließen – die DBV bietet hier besonders attraktive Produkte und Leistungen. Auch in der Schaden- und Unfallversicherung überzeugt das Angebot: Von der Diensthaftpflichtversicherung über den Versicherungsschutz für die eigenen vier Wände bis hin zum Rechtsschutz – die DBV hat ein Versicherungspaket entwickelt, dessen Leistungen sich flexibel und frei für die unterschiedlichen Bedürfnisse kombinieren lassen.

Um ihre Betreuer und Vermittler noch stärker mit den speziellen Kundenbedürfnissen des Segments vertraut zu machen, startete die DBV im Jahr 2011 die „Initiative ÖD“ – eine Reihe von Roadshows und Maklermessen, in deren

Highlights 2011

- Beitragsvolumen wächst um 3,2 Prozent auf 1,5 Milliarden Euro
- 1,2 Millionen Kunden vertrauen der DBV



Abgesichert, auch wenn es brennt: Gabriele Staschiok-Krause und ihr Sohn Christopher sind ein gutes Team. Die 48-Jährige arbeitet beim Beschaffungsamt des Bundes in Bonn, ihr Sohn (21) absolviert eine Ausbildung bei der Kölner Berufsfeuerwehr. Beide sind im Öffentlichen Dienst tätig – und verlassen sich in allen Versicherungsfragen auf ihren AXA/DBV Vermittler Kai Hankamer aus Bonn.

Rahmen zahlreiche neue Partner für die Marke gewonnen werden konnten. Neben Fachvorträgen in mehreren Städten bestand auch die Möglichkeit, das Wissen über die wichtigsten Absicherungs- und Vorsorgethemen des Öffentlichen Dienstes in Online-Schulungen zu vertiefen. „Mit dieser Initiative haben wir unter anderem die Weichen für die Herausforderungen gestellt, die sich aufgrund der demografischen Entwicklung bei den Beschäftigten im Öffentlichen Dienst ergeben“, so Kai Kuklinski, Leiter des Makler- und Partnervertriebs bei AXA und DBV. Denn in den nächsten acht bis zehn Jahren wird sich die Zielgruppe aufgrund verstärkter Pensionierungen deutlich verjüngen. „Alleine bei den Lehrern werden bis zum Jahr 2020 mehr als 400.000 Planstellen frei“, betont Kuklinski.

Die DBV setzte 2011 auch das Projekt „Innere Sicherheit“ erfolgreich fort. In Workshops lernten Vertriebspartner die speziellen

Bedürfnisse der Zielgruppen Polizei, Zoll, Justiz und Feuerwehr kennen und können somit ihre Fachkenntnisse in der individuellen Beratung jetzt noch effizienter einsetzen.

Wie erfolgreich 2011 für die DBV war, bestätigen auch die zahlreichen Produktauszeichnungen: So wurde die DBV Deutsche Beamtenversicherung mit ihren Beihilfe-Tarifkombinationen Testsieger beim Wirtschaftsmagazin Focus Money. Laut Urteil des von Focus Money beauftragten Rating-Unternehmens Franke & Bornberg überzeugt die Private Krankenvollversicherung für Beamte durch beste Leistungen, sehr günstige Beiträge und eine ausgezeichnete Bonität der Gesellschaft. Dafür gab es in der Gesamtwertung die Note 1,45. Auch die Zeitschrift Finanztest zeichnete 2011 erneut ein Produkt der DBV aus: Die Dienstunfähigkeitsversicherung für Beamte erreichte mit der Note 1,3 einen hervorragenden zweiten Platz im Ranking von 52 getesteten Versicherern. ◀



DBV App

Erste Hilfe für unterwegs

Mobile Unterstützung in Unfallsituationen bietet die App „Auto & unterwegs“ der DBV Deutsche Beamtenversicherung. Mit der App können Autofahrer schnelle Hilfe im Notfall organisieren und ihre Schadenmeldung über ihr Smartphone an die DBV übermitteln. Außerdem ist die Direktanwahl von Notruf, Polizei und Pannendienst möglich. Mit einer Touch-Skizze kann der Fahrer Unfallschäden einfach am Fahrzeug markieren, per GPS wird der Unfallort lokalisiert. Eine Taschenlampe mit blinkendem SOS-Signal hilft, in der Dunkelheit gefunden zu werden, und ein Kalender erinnert unter anderem an den nächsten TÜV-Termin. Abgerundet wird die App durch Tipps zur Ersten Hilfe nach einem Unfall. Die App kann kostenlos über den App Store heruntergeladen werden.

Kundenservice

Vorteilswelt im Internet

Die DBV Deutsche Beamtenversicherung hat mit der neuen Online-Vorteilswelt „Das PLUS der DBV“ auf ihrer Internetseite www.dbv.de ihren Kundenservice deutlich ausgebaut. Die Plattform bietet für Kunden der DBV umfangreiche Informationen und Tipps sowie Einkaufsvorteile aus den vier Themenfeldern Gesund & Reisen, Auto & Unterwegs, Haus & Wohnen und Familie & Kinder. Zu den Vorteilen gehören exklusive Angebote und Vergünstigungen für DBV Kunden wie etwa der kostenlose Sicherheitscheck für Haus oder Wohnung oder Vergünstigungen bei Reise-, Gesundheits- und anderen Angeboten.

Umfrage

Vorlieben beim Autokauf

Frauen sind beim Autokauf die größeren Sparfüchse – das ist ein Ergebnis der repräsentativen Befragung, mit der AXA und DBV die Vorlieben der Deutschen beim Kauf ihres Kraftfahrzeugs erforschten. Demnach sind die wichtigsten Kriterien bei der Auswahl für 80 Prozent der Befragten ein günstiger Preis und niedrige Kosten im Unterhalt. Mit 85 Prozent achten Frauen dabei noch stärker auf das Geld als Männer (75 Prozent). Den 30- bis 49-Jährigen reicht laut Umfrage zu 85 Prozent ein Gebrauchto- oder Jahreswagen. Anders sieht es bei den über 60-Jährigen aus: Hier interessiert sich fast jeder Dritte (28 Prozent) ausschließlich für Neuwagen. Auch beim Absicherungsbedarf gibt es Unterschiede zwischen den Altersgruppen: Dem Berufsanfänger sind bei der Versicherung für sein Auto vor allem günstige Beiträge wichtig, ältere Fahrer legen mehr Wert auf umfassendere Leistungen. Mit der Produktwelt mobil bietet die DBV Lösungen für jedes Kundenbedürfnis.

Kinderschutzpaket

Im Notfall sicher aufgefangen

Mit dem Kinderschutzpaket hat die DBV Deutsche Beamtenversicherung für Familien aus ihrer Zielgruppe ein Versicherungs- und Serviceangebot geschaffen, das die Folgen von schweren Krankheiten und Unfällen umfassend absichert. In solchen Notfällen sind die betroffenen Familien nicht nur auf finanzielle Hilfe angewiesen, sondern auch dankbar für organisatorische Unterstützung. Das Kinderschutzpaket der DBV federt die anstehenden einmaligen und laufenden Kosten für Behandlung, Pflege und Lebensführung über eine einmalige Zahlung von 50.000 Euro und eine lebenslange monatliche Rente von 500, 1.000 oder 1.500 Euro umfassend ab. Optional lässt sich die privatärztliche Behandlung des Kindes im Krankenhaus einschließen. Übernehmen die Eltern die Pflege ihres Kindes zu Hause, hilft die DBV für bis zu sechs Monate mit einem Pflegebeitrag über den entstehenden Verdienstausschlag hinweg. Über den finanziellen Schutz hinaus kümmert sich die DBV auch darum, dass das Kind später in Schule und Beruf wieder Fuß fassen kann. Zum Leistungspaket gehören unter anderem ein Reha-Management sowie eine Kinderbetreuung im Notfall. Die Deutsche Familienstiftung empfiehlt das Kinderschutzpaket der DBV ausdrücklich.

Risikolebensversicherung

Gesunde Lebensweise wird honoriert

Wer gesünder lebt, zahlt weniger – nach diesem Prinzip bietet die DBV ebenso wie AXA seit 2011 für ihre Zielgruppe eine neue, deutlich verbesserte Risikolebensversicherung an. Die Höhe der Beiträge richtet sich dabei nicht nur nach den bisher üblichen Kriterien Alter und Geschlecht und Laufzeit, sondern unter anderem auch nach Faktoren wie dem Body-Mass-Index (BMI). Als erster Anbieter am Markt belohnen DBV und AXA mit dem „Nichtrauchertarif Premium“ darüber hinaus Kunden, die seit mindestens zehn Jahren nicht oder nicht mehr zur Zigarette greifen. Den Hinterbliebenenschutz können Kunden flexibel und ohne erneute Gesundheitsprüfung an veränderte Lebensumstände anpassen – zum Beispiel, wenn sich das Einkommen aufgrund einer Beförderung oder Verbeamtung erhöht oder die Familie Zuwachs bekommt. Die neue Risikolebensversicherung lässt sich selbstverständlich auch mit einer Berufs- bzw. Dienstunfähigkeitsvorsorge kombinieren.

NACHHALTIGKEIT UND VERANTWORTUNG

III.

Ökologisch denken, bewusst handeln



Verantwortung tragen, Vertrauen verdienen

Als viertgrößter Erstversicherer in Deutschland sieht sich AXA seit jeher in der Pflicht, eine aktive Rolle in gesellschaftlichen und ökologischen Belangen zu übernehmen. Seine mittlerweile in allen Geschäftsbereichen verwurzelte Corporate Responsibility-Initiative ist Ausdruck dieses Ansatzes.

Nicht zuletzt als Reaktion auf die zurückliegende Finanz- und Wirtschaftskrise stellt die Öffentlichkeit immer höhere Erwartungen an große Unternehmen. Gute Bilanzen allein reichen nicht mehr aus, um eine positive Reputation zu entwickeln. Begriffe wie Verantwortung, Transparenz, Ethik und Moral spielen eine zunehmende Rolle. Nur wer diesen Ansprüchen dauerhaft und glaubhaft gerecht wird, erhält auch zukünftig das Vertrauen von Kunden, Mitarbeitern und Geschäftspartnern.

Die weltweite AXA Gruppe stellt sich dieser Aufgabe engagiert und mit Nachdruck. Bereits seit Firmengründung im Jahr 1984 nimmt das Unternehmen durch zahlreiche soziale und gesellschaftliche Projekte aktiv an der Entwicklung der Gesellschaft teil. Folgerichtig wurde die Maxime der Corporate Responsibility (CR) – der unternehmerischen Verantwortung – bereits vor Jahren auch in der weltweiten Strategie festgeschrieben. Die Versicherungsgruppe hat sich damit zur Aufgabe gemacht, die nachhaltige ökonomische Entwicklung des Unternehmens

im Einklang mit den Interessen der Öffentlichkeit voranzutreiben und Verantwortung für die direkten und indirekten Auswirkungen ihrer Aktivitäten zu übernehmen.

Das Kerngeschäft als Versicherung ist bereits per se auf Solidität und Langfristigkeit angelegt. Denn im Mittelpunkt steht, Risiken zu erkennen, zu bewerten und versicherbar zu machen. In Verbindung mit qualifizierter Beratung zu Risiken und Möglichkeiten der Risikoprävention ermöglicht das Unternehmen Menschen mithilfe seiner Produkte und Dienstleistungen, ihr Leben eigenverantwortlich und selbstbestimmt zu führen. Nachhaltiges Wirtschaften ist dabei unerlässlich, denn die Kunden müssen sich auf die Stabilität und Leistungsfähigkeit ihres Versicherers dauerhaft verlassen können.

AXA stellt sich der Verantwortung

Aus dem Wissen um Risiken und wie sie sich beherrschen lassen erwächst auch Verantwortung. Eine Verantwortung, der sich der Konzern seit Jahren stellt – zum Beispiel beim Thema

Gebündelte Verantwortung

Den Nachhaltigkeitsbericht der gesamten AXA Gruppe („Activity and Corporate Responsibility Report 2011“ in englischer und französischer Sprache) finden interessierte Leser zum Download auf www.axa.com.



Klimawandel. Die AXA Deutschland begleitet und unterstützt verschiedene Projekte, die sich mit den Folgen des Klimawandels beschäftigen und Lösungen aufzeigen, wie das Klima nachhaltig und dauerhaft geschützt werden kann. Der Konzern trägt so zur Verbesserung von Prognosetechniken und Schadenverhütungsmaßnahmen bei. Besonders hervorzuheben ist die zentrale Forschungs- und Dialogplattform „Finanz-Forum: Klimawandel“ oder das 2009 von der Bundesregierung ins Leben gerufene Climate Service Center, eine nationale Dienstleistungseinrichtung, deren Ziel es ist, Entscheidungsträgern aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft sowie der Bevölkerung Informationen über den Klimawandel und seine Folgen zu vermitteln. Auf die deutliche Zunahme von Extremwetterereignissen hat AXA auch in seinem operativen Geschäft reagiert und zahlreiche Lösungen entwickelt, damit Privat- wie Geschäftskunden optimal gegen die Auswirkungen von Naturgefahren wie zum Beispiel Überschwemmungen geschützt sind.

Als Katalysator wirken

Aktuell engagiert sich das Unternehmen in über 80 Initiativen und Programmen für mehr Nachhaltigkeit und bindet dabei auch die Mitarbeiter ein. Dieses Engagement konsequent fortzuführen und um neue Aktivitäten zu erweitern, hat sich die AXA Deutschland auch für das aktuelle Jahr vorgenommen.

Mit seinen CR-Aktivitäten möchte sich AXA sowohl als ein verlässlicher Partner für die Kunden, Vertriebspartner, Mitarbeiter, Lieferanten und Aktionäre erweisen als auch zugleich seine unternehmerische Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft wahrnehmen. So will das Unternehmen dazu beitragen, langfristig Einstellungen und Verhalten zu verändern und sukzessive das Verständnis von Nachhaltigkeit bei allen Beteiligten zu fördern. Erfolgreiches Nachhaltigkeitsmanagement setzt voraus, dass jeder in einer Organisation den Nutzen erkennt und seinen Beitrag leistet zu einem bewussteren Umgang mit unseren Ressourcen. ◀

Mitarbeitern Chancen bieten und ihr Potenzial fördern

Corporate Responsibility ist für AXA nicht nur ein Thema, das nach außen wirkt und dort gelebt wird. Unternehmerische Verantwortung beinhaltet auch den respektvollen Umgang mit Mitarbeitern, die Aufgabe, kontinuierlich in ihre Weiterentwicklung zu investieren und ihnen die gleiche Fürsorge zu bieten, für die AXA als Versicherer gegenüber seinen Kunden steht.

Rund 10.900 Menschen sind bei AXA Deutschland beschäftigt. Ihr Engagement und ihre Motivation sind die wertvollste Ressource und Basis für den nachhaltigen Erfolg des Unternehmens. Der Konzern hat sich deshalb seit Jahren zum Ziel gesetzt, nicht nur für Kunden und Vermittler Unternehmen erster Wahl zu sein, sondern auch für Mitarbeiter. Deshalb nimmt das Unternehmen seine Verantwortung als Arbeitgeber sehr ernst und fördert gezielt ein Umfeld, in dem sich Mitarbeiter ihren Interessen und Fähigkeiten entsprechend entwickeln können und ein gesundes und zufriedenstellendes Arbeiten ermöglicht wird. Auch und gerade in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten will AXA ein verlässlicher und berechenbarer Partner für seine Belegschaft sein.

Vielzahl von Angeboten zur Fortbildung und Weiterentwicklung

Als wissensbasiertes Unternehmen legt AXA großen Wert auf kontinuierliche Fortbildung und regt Mitarbeiter an, ihre Potenziale zu entdecken und gezielt weiterzuentwickeln. Nicht zuletzt geht es darum, talentierte Fach- und Führungskräfte zu erkennen, zu fördern und dauerhaft einzubinden.

Das Unternehmen tut dies über eine Vielzahl von Angeboten: Neben regelmäßigen Feedback- und Entwicklungsgesprächen, in denen gemeinsam berufliche Perspektiven und die weiteren Fortbildungsschritte erarbeitet werden, unterstützen verschiedene Förderkreise gezielt Mitarbeiter mit Potenzial: So finden etwa Führungskräfte im Konzernförderkreis neue Anregungen, im Nachwuchsförderkreis wie auch im Potenzialkreis Hauptverwaltung und Mitte werden leistungsstarke Fachkräfte an höhere Fach-

und Führungsaufgaben herangeführt. Das Vorstandsassistentenprogramm schließlich bietet dem Top-Führungskräftenachwuchs die exzellente Möglichkeit, einen tiefen und umfassenden Einblick in das Unternehmen aus der Perspektive des Topmanagements zu gewinnen und im weiteren Karriereweg selbst Aufgaben im Management übernehmen zu können.

Work-Life-Balance ermöglichen

Neben einer ganzen Palette von Angeboten rund um Arbeitsschutz, Gesundheitsvorsorge, Stressabbau und betriebliche Altersvorsorge schafft AXA Arbeitsbedingungen, die es ermöglichen, Familie und Beruf bestmöglich zu vereinbaren. Viele einzelne Bausteine wie etwa flexible Arbeitszeiten, Telearbeitsplätze, Ferienprogramme für Mitarbeiterkinder, Unterstützung bei der Organisation von Kinderbetreuung, variable Elternzeitprogramme oder ein Eltern-Kind-Büro sowie ein Laptop-Pool für Notfälle bei der Kinderbetreuung ermöglichen es den Mitarbeitern, die für sie passende Balance zu finden.

Ziel: Mehr Frauen in Führungspositionen

Einen großen Stellenwert im Unternehmen haben die Themen Vielfalt und Gleichberechtigung. So arbeitet AXA engagiert daran, die Anzahl von Frauen in Führungspositionen dauerhaft zu steigern, und hat dafür unter anderem im vergangenen Jahr ein Gender Mentoring-Programm gestartet, in dem aufstiegsorientierte weibliche Führungskräfte von Mitgliedern des Vorstandes und Bereichsleitern über ein Jahr lang beruflich begleitet und gecoacht werden.



Dr. Virginia Gomes dos Santos,

33, Vorstandsassistentin Schaden- und Unfallversicherung

„Seit Anfang 2012 arbeite ich als Assistentin für Herrn Dr. Markus Hofmann, der sowohl in der AXA Konzern AG das gesamte Schaden- und Unfallversicherungsgeschäft für Deutschland verantwortet als auch im Rahmen von AXA Global P&C gemeinsam mit Jean-Paul Rignault weltweit für das Firmen- und Industriegeschäft verantwortlich ist. Ich habe mich nach meiner Promotion und erster Berufserfahrung ganz bewusst für die Vorstandsassistenten bei AXA entschieden. Ausschlaggebend für meine Entscheidung war zum einen die ausgesprochen hohe Reputation der AXA. Zum anderen war das angebotene zweijährige Assistentenprogramm ein Grund, da dieses strukturiert aufgebaut ist und den Assistenten/innen die Möglichkeit bietet, sich beruflich und persönlich schnell weiterzuentwickeln. Vorstand und Assistent arbeiten eng zusammen, und ein gutes, vertrauensvolles Miteinander sowie Spaß an der Arbeit sind Voraussetzungen, um die hohen Anforderungen der täglich anfallenden Aufgaben erfolgreich zu meistern. Durch die direkte Zusammenarbeit und vielfältige Seminare wird man gezielt und individuell gefördert und unterstützt. Auf der Ebene des Topmanagements erlebe ich nun täglich, wie strategische Entscheidungen getroffen werden, und habe einen umfassenden Einblick in alle unternehmensrelevanten Themen.“

Dr. Claus Hunold,

38, Bereichsleiter Kundensegmentmanagement Privat und Firmen

„Meinen Einstieg bei AXA habe ich 2005 über das Vorstandsassistentenprogramm als Assistent der beiden Vorstände Dr. Wulf Böttger und Wolfgang Hanssmann genommen und wurde anschließend Leiter Strategisches Marketing. Auf Anregung meiner Vorgesetzten erhielt ich dann das Angebot, zur AXA Winterthur in die Schweiz zu wechseln. Ich finde es sehr positiv, dass AXA den internationalen Austausch von Mitarbeitern fördert. Die Möglichkeit, neue Sichtweisen und Ideen kennenzulernen, aber auch eigene Themen bei den Auslandspartnern einzubringen, ist eine Bereicherung, beruflich wie persönlich. Obwohl mein Wechsel in die Schweiz nicht im „klassischen“ AXA International Mobility-Programm stattfand, hat man mich mit dem gleichen fünfjährigen Rückkehrrecht ausgestattet. Aber schon nach zehn Monaten dort kam der Ruf aus Deutschland, ob ich mir meine jetzige Position vorstellen könnte. Diese schnelle Weiterentwicklung wäre ohne das Assistentenprogramm nicht denkbar gewesen. Insgesamt finde ich die Mitarbeiterförderung bei AXA sehr gelungen: Wer sich weiterentwickeln möchte, bekommt auch die Möglichkeiten dazu.“

Nina Henschel,

35, Bereichsleiterin Krankenversicherungsbetrieb im Kunden- und Partnerservice

„Von 2003 bis 2005 habe ich am Vorstandsassistentenprogramm teilgenommen, als Assistentin von Gernot Schlösser, damals Vorstandsvorsitzender der AXA Krankenversicherung und der Deutschen Ärzteversicherung. Ich habe diese Zeit als große Bereicherung empfunden, die meine persönliche wie berufliche Entwicklung sicher sehr beeinflusst hat. Sehr beeindruckend finde ich die Ernsthaftigkeit, mit der AXA Frauenförderung betreibt. So hat man mich in das Gender Mentoring-Programm aufgenommen, obwohl schon absehbar war, dass ich es erst nach meiner Rückkehr aus der Elternzeit beenden würde. Auch, dass ich noch während der Teilzeitbeschäftigung in der Elternzeit auf die Weiterentwicklungsmöglichkeit in meinem aktuellen Job angesprochen wurde, ist sehr bemerkenswert und bestimmt nicht in allen Unternehmen die Regel.“

Viele Hände erreichen viel

Als verantwortungsbewusstes Unternehmen will AXA auch eine konstruktive Rolle in der Gesellschaft übernehmen. Das gelingt seit Jahren eindrucksvoll über den gemeinnützigen Verein AXA von Herz zu Herz: Hier engagieren sich Mitarbeiter jedes Jahr ehrenamtlich in hunderten von sozialen und karitativen Projekten.

„Ich halte ihn fest, und du fasst an, okay?“ Josef Essers Finger gleiten vorsichtig über die einzelnen Geweihspitzen, tasten sich den Kopf hinab bis hin zum Maul, während Claudia Reintjes das lebensgroße Hirschmodell ein wenig abstützt. Den Blindenstock resolut unter den Arm geklemmt, ertastet der ältere Herr die Form der Figur Zentimeter für Zentimeter, erspürt die Kälte des Aluminiums, die poröse Struktur, die der Turiner Künstler Paolo Grassino seinem Kunstobjekt gegeben hat. Dass der kapitale Zwölfender silbrig schimmert, kann der Mann nicht sehen, seine Begleiterin fasst ihm die Farbe in Worte.

Ein paar Kunstwerke weiter fährt eine sehbehinderte Mittfünfzigerin zaghaft mit den Händen über eine 75.000-Euro-Skulptur des britischen Künstlers Tony Cragg. Auch ihr bleibt das Smaragdgrün der von Furchen durchzogenen Scheibe zwar weitgehend verborgen, doch beim Erkennen der in der wirren Struktur verborgenen Gesichter – Lippen, Nasenrücken, Stirn – ist sie ihrer sehenden Nachbarin um Längen voraus. Eine Besuchergruppe, die am gegenüberliegenden Stand einem Kunstvortrag lauscht, raunt sich entsetzt zu: „Schau mal, die fassen die Kunstwerke an. Das geht doch nicht!“

Dass das eben doch geht, dafür sorgen seit vielen Jahren in einer gemeinsamen Aktion die Blindenbegleitung „Die Heinzelmännchen“, eine der ersten Initiativen des Vereins AXA von Herz zu Herz, und ein in der Blinden- und Sehbehindertenbetreuung aktiver Kölner Bürger. Sie laden regelmäßig mit Unterstützung des Kunstversicherers AXA Art zu besonderen Führungen über die Kölner Kunstmessen Art Cologne und Cologne Fine Art & Antiques ein und gewinnen im Vorfeld Galerien dafür, dass einzelne Kunstwerke auch ohne Handschuhe ertastet werden dürfen. AXA Mitarbeiter begleiten in ihrer Freizeit

die Blinden und Sehbehinderten auf den mehrstündigen Führungen über die Messen und erleben so gemeinsam als Gespann Kunst mit vielen Sinnen. Die Finanzierung der Besuche beider Messen, vom Eintritt über die Führung bis zur Getränkeverpflegung, übernimmt die AXA Art. Für das restliche Jahr 2012 hat man sich zahlreiche weitere Aktivitäten wie verschiedenste Wanderungen, Theater-, Museums- und Volksfestbesuche und auch die Herstellung eigener tastbarer Bilder vorgenommen, zu denen der Verein AXA von Herz zu Herz einlädt.

Viel Platz für Ideen

Die Heinzelmännchen der Blindenbegleitung – Koordinatorin ist Britta Peters – stehen mit ihrem ehrenamtlichen Engagement stellvertretend für über 2.000 Freiwillige aus den Reihen der AXA Belegschaft, die im Jahr 2011 an 14 Unternehmensstandorten in 450 Aktionen für soziale und karitative Projekte in sozialen Institutionen tätig geworden sind. Als gemeinsame Klammer über den persönlichen Einsatz der Mitarbeiter dient der gemeinnützige Verein AXA von Herz zu Herz e.V. Über diese Plattform erhalten AXA Mitarbeiter und deren Familienangehörige, Ruheständler und Vermittler die Möglichkeit zu ehrenamtlichem Engagement. Der Verein trägt die für alle Aktionen entstehenden Sachkosten.

Das Konzept gründet auf einer Idee des ehemaligen Vorstandsvorsitzenden der AXA Gruppe, Claude Bébéar, der die Initiative 1991 in Frankreich ins Leben rief. Seit dem Jahr 2000 ist sie auch in Deutschland etabliert und zu einem wichtigen Bestandteil der unternehmerischen Verantwortung geworden, die AXA sowohl für die Gesellschaft wie auch für seine Mitarbeiter übernimmt.

Dabei setzt AXA von Herz zu Herz auf das Prinzip der aktiven Teilnahme: Das Unternehmen





möchte nicht schlicht per Geld- oder Sachspende helfen, sondern den Grundgedanken des verantwortungsbewussten Handelns nachhaltig und auf einer breiten Basis etablieren. Dazu baut es – mit großem Erfolg – auf den Einsatz seiner Mitarbeiter. Sie bringen ihre sozialen und karitativen Projektideen auf der gemeinsamen Plattform ein, gewinnen dort Kolleginnen und Kollegen für ihre Initiativen, übernehmen Organisation und Umsetzung – und können sich der Finanzierung notwendiger Ausgaben durch AXA von Herz zu Herz sicher sein.

Die Hilfsprojekte der Mitarbeiter zielen im Wesentlichen auf die Unterstützung von Kindern, Jugendlichen und Senioren, die in Heimen untergebracht sind, sozial schwachen Familien, Kranken, Gehandicapten und Wohnungslosen.

Mit Leben gefüllt erwächst daraus ein bunter Strauß von Förderangeboten, bei dem jeder Mitarbeiter seinen Neigungen entsprechend eine Hand zur Hilfe reichen kann: So renovieren AXA Mitarbeiter in ihrer Freizeit Spielplätze in Kindertagesstätten, gehen mit Jugendlichen aus sozial schwachen Familien ins Kino, gestalten Spielnachmittage mit Heimkindern, backen Waffeln für Seniorentage, veranstalten Tombolas auf Sommerfesten, richten Weihnachtsfeiern in Kinder- und Behindertenheimen aus, bereiten Frühstück für Obdachlose vor oder engagieren sich ganz einfach per Spende in übergeordneten Projekten, die bei akuten Katastrophenfällen Hilfe leisten. So sammelten AXA Mitarbeiter etwa im vergangenen Jahr mehr als 27.000 Euro für die Unterstützung von Flüchtlingen im kenianischen Dadaab.

Alle Seiten profitieren

Neben besseren Lebensumständen für benachteiligte Gruppen möchte AXA mit von Herz

zu Herz auch das Verantwortungsbewusstsein innerhalb des Konzerns weiter stärken: „Ziel ist es deshalb, jeden Mitarbeiter mindestens einmal im Jahr für ein ehrenamtliches Engagement zu begeistern“, erläutert Marita Ulrich, Geschäftsführerin des Vereins. „Für einen Tag, der gut tut.“ – Dass ein solcher Tag tatsächlich allen Beteiligten gut tut, weiß auch Ingeborg Eberhard zu berichten. Sie hat vor zwölf Jahren AXA von Herz zu Herz am Standort Hamburg gegründet und betreut seitdem in diesem Rahmen die Senioren im Pflege- und Altenheim Bethesda in Winsen-Luhe, südlich von Hamburg. Fast jeden Monat organisiert die Sekretärin bunte Musikabende, heuert Clowns und andere Kleinkünstler an, veranstaltet zusammen mit Kollegen Sommerfeste für die Senioren, arrangiert Ausflüge für sie wie etwa zur Landesgartenschau und begleitet die alten Menschen durch die Veranstaltungen, die regelmäßig ein bisschen Abwechslung vom Alltag bescherten und den Heimbewohnern viel bedeuten. AXA von Herz zu Herz übernimmt die Kosten für die Künstlerengagements, finanziert Kaffee und Kuchen, Eintrittskarten und Transportmöglichkeiten.

Für Ingeborg Eberhard sind die Veranstaltungen für die Senioren zu einer echten Herzensangelegenheit geworden, die sie als sehr bereichernd empfindet: „Wir sind zum Beispiel stets aufs Neue begeistert, was Musik alles bewegen kann. Selbst Demente oder an Alzheimer Erkrankte wippen bei den Auftritten der Künstler plötzlich im Takt mit und können kleinere Instrumente bedienen, wieder andere erinnern sich plötzlich an alle Strophen von Heimatliedern aus ihrer Kindheit und singen voller Elan mit“, erzählt Ingeborg Eberhard. „Das mitzuerleben ist immer wieder toll.“ ◀





Umweltschutz I

Grüner Faden durchs ganze Haus

Umweltschutz beginnt vor der eigenen Haustür. Deshalb hat AXA seine Geschäftsprozesse und sein tägliches Handeln intensiv unter ökologischen Gesichtspunkten untersucht und verbessert: So kompensiert das Unternehmen zum Beispiel durch den Kauf von RECS-Zertifikaten, mit deren Hilfe die Produktion regenerativer Energien gefördert wird, den CO₂-Ausstoß seines Stromverbrauchs. Eine intelligente Licht- und Klimaanlagesteuerung in den Büros, umweltschonendes Büromaterial und neue, restriktivere CO₂-Grenzwerte für die Firmenwagenflotte stellen zudem einen schonenden Umgang mit Ressourcen sicher.

Da Papier in einem Versicherungsunternehmen ein großes Thema ist, lag auf der Optimierung ein besonderes Augenmerk: Durch das Einscannen eingehender Post, doppelseitiges Ausdrucken, das Reduzieren von Formularumfängen und den Ausbau elektronischer Kommunikationswege verringert das Unternehmen seit Jahren kontinuierlich den Papierverbrauch. Zudem erfolgte der Umstieg auf umweltfreundliches Papier nach FSC-Standard. Die gleichnamige Organisation ist in mehr als 80 Ländern vertreten und bestätigt Papierproduzenten nach entsprechenden Prüfungen einen verantwortlichen und ökologisch vertretbaren Umgang mit den globalen Waldressourcen.

Umweltschutz II

Expertise sinnvoll einbringen

Als Versicherer gegen Umweltrisiken verfügt AXA über ein breites fachliches Know-how. Seine Umweltkompetenzen schlagen sich nicht nur im Angebot der Versicherungslösungen nieder. Neben der Funktion des Risikoträgers engagiert sich AXA zu Fragen der Umwelt auch in unterschiedlichsten Bereichen der Wirtschaft und Gesellschaft und bringt seine Umweltkompetenzen entsprechend als Berater ein. So ist AXA Mitgründer des HochwasserKompetenzCentrums (www.hkc-koeln.de), in dem sich Wissenschaftler und Praktiker aus allen Bereichen des Hochwasserschutzes zusammenfinden und etwa Strategien zur Prävention erarbeiten. Eine vergleichbare Expertenplattform hat das Unternehmen mit der Versicherungsstelle Deutscher Wald geschaffen (www.vsdw.de). Die gemeinsame Initiative mit der Arbeitsgemeinschaft Deutscher Waldbesitzer e.V. setzt sich beispielsweise mit den Risiken für Waldbesitzer auseinander. Als einer der größten Waldversicherer in Deutschland bringt AXA hier seine Erfahrung in Versicherungs- und Haftungsfragen ein, um nachhaltig Vermögen und vor allem auch Natur schützen zu helfen.

Sicherheit im Straßenverkehr

Breite Aufklärung für mehr Sicherheit

Als einem der größten Kraftfahrtversicherer Deutschlands liegt AXA das Thema Sicherheit im Straßenverkehr besonders am Herzen. Eine große Bedeutung kommt dabei der Unfallprävention zu. Deshalb hat das Unternehmen die Europäische Charta für Verkehrssicherheit unterzeichnet. Auf dieser Plattform haben sich Unternehmen, Verbände und Forschungseinrichtungen zusammengenommen mit der Verpflichtung, über konkrete Maßnahmen und einen regen Erfahrungsaustausch nachhaltig dazu beizutragen, die Zahl der Unfall- und Todesopfer im Verkehr zu reduzieren. Ein aktiver Bei-

trag der AXA, um dieses Ziel zu erreichen, ist die Unterstützung der jährlichen Safety Trophy der Auto Zeitung, bei der Deutschlands sicherster Autofahrer gekürt wird. Zu einem besseren Miteinander auf den Straßen trägt auch der Verkehrssicherheits-Report bei, den AXA regelmäßig erhebt und veröffentlicht. Er beschreibt die Verhaltensweisen und Einstellungen von Autofahrern und soll das Bewusstsein der breiten Öffentlichkeit zum Thema Verkehrssicherheit schärfen. Diese Bestandsaufnahme ist in Medien wie auch in der nationalen wie internationalen Fachwelt

ebenso gefragt wie die Ergebnisse der Crashtests, die die Unfallforscher der AXA Winterthur zusammen mit der Dekra und Unterstützung der AXA Deutschland jedes Jahr durchführen. Unter dem Titel „Ab in den Urlaub – die Risiken fahren mit“ zeigten die Crashtests im Jahr 2011 eindrucksvoll, was passieren kann, wenn in den schönsten Wochen des Jahres die Sicherheit zu kurz kommt. Diese Tests liefern wertvolle Daten für die Grundlagenforschung und zur Unfallanalyse und sind deshalb ein wichtiger Beitrag von AXA für mehr Sicherheit im Straßenverkehr.

Zulieferer

Partner einbinden

Im selben Umfang wie AXA sich selbst in die Pflicht nimmt, erwartet das Unternehmen auch von seinen Zulieferern – vom Papierhersteller bis zum Vertragspartner für Schadenregulierung – ein klares Bekenntnis zum nachhaltigen und verantwortungsvollen Wirtschaften. Jeder Lieferant muss deshalb eine entsprechende Vereinbarung unterschreiben und damit garantieren, beispielsweise keine Produkte aus Kinder- oder Zwangsarbeit zu liefern und für sichere, gesunde und diskriminierungsfreie Lebens- und Arbeitsbedingungen für seine Mitarbeiter zu sorgen. Verstößt ein Zulieferer gegen diese Corporate Responsibility-Vereinbarung, beendet AXA die Zusammenarbeit unverzüglich. Um die Einhaltung der eigenen hohen Ansprüche dauerhaft sicherzustellen, arbeitet AXA in den relevanten Warengruppen mit EcoVadis zusammen. Die internationale Nachhaltigkeitsplattform analysiert die Lieferanten des Unternehmens und deren Bezugsquellen auf die Erfüllung ökologisch, sozial und ökonomisch nachhaltiger Standards. Anhand dieser Ergebnisse kann AXA gezielt die Zusammenarbeit mit verantwortungsvollen Partnern vorantreiben.

Verantwortungsvolle Produkte

Keine Geschäfte mit umstrittenen Unternehmen

Gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen beginnt für eine Versicherungsgesellschaft in erster Linie mit dem gewissenhaften und ethisch einwandfreien Umgang mit Kundengeldern. Schon 2007 beschloss die AXA Gruppe deshalb – damals bereits als einer der Vorreiter –, sich aus Investitionen in Unternehmen, die umstrittene Waffen wie Landminen oder Streubomben herstellen oder die an entsprechenden Produzenten maßgeblich beteiligt sind, zurückzuziehen. Als die Stiftung Warentest im vergangenen Jahr untersuchte, ob Banken, Fondsgesellschaften und Versicherungen Gelder ihrer Riester-Kunden unter anderem in Hersteller von Streumunition investieren, konnten lediglich drei von 23 Versicherungsgesellschaften eine Richtlinie vorweisen, die derartige Investitionen konsequent ausschließt – darunter AXA.

AXA klipp & klar

Verständlich sein – verstanden werden

Unternehmerische Verantwortung besteht für AXA auch darin, mit den Kunden auf Augenhöhe zu kommunizieren. Denn Vertrauen kann nur wachsen, wenn man einander versteht – im wahrsten Sinne des Wortes. Deshalb arbeitet AXA seit Jahren intensiv daran, den Schriftverkehr mit Kunden so klar und verständlich zu gestalten wie möglich. So entwickelte das Unternehmen etwa im Rahmen der Initiative „AXA klipp & klar“ in Zusammenarbeit mit Professor Gerd Antos vom Germanistischen Institut der Martin-Luther-Universität Halle-Leipzig praxisnahe Kommunikationsstandards und Arbeitsmittel. Mehr als 400 Formbriefe, Bescheide, Rechnungen und Anträge wurden daraufhin bisher auf ihre Verständlichkeit hin überprüft und verbessert. Insgesamt bedeutet dies bereits heute pro Jahr mehr als vier Millionen bessere Schreiben an Kunden. Das Projekt setzt sich fort, damit AXA sein Versprechen für erstklassigen Service und Kundennähe weiter einlösen kann. So gibt das Unternehmen seit einigen Monaten auch seinen Vermittlern Arbeitsmittel an die Hand, mit denen diese die Kommunikation mit ihren Kunden weiter verbessern können.

ZAHLEN UND FAKTEN

IV.

Ertrag gesteigert



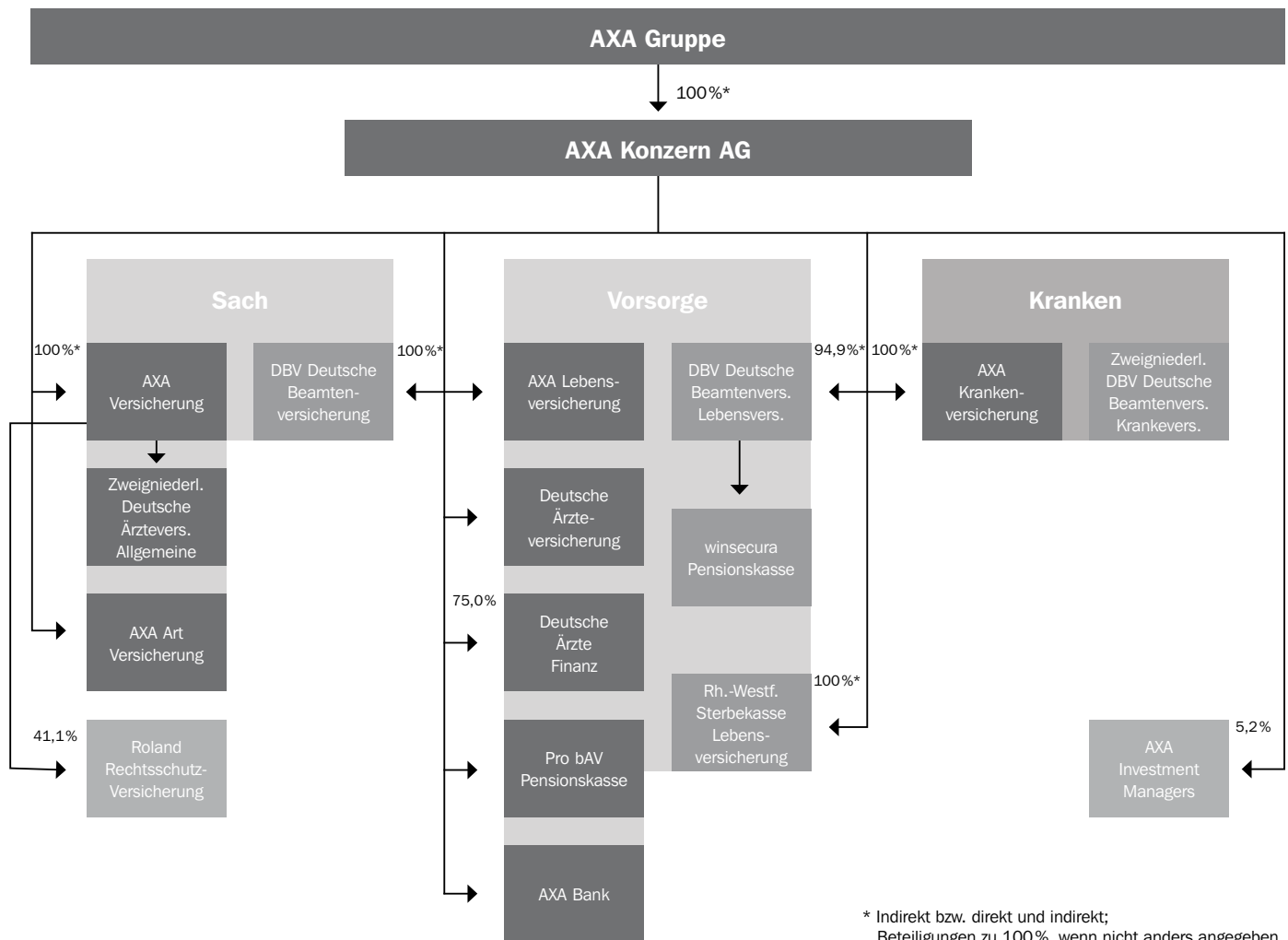
AXA – unter den führenden Versicherern in Deutschland

Der AXA Konzern gehört zu den führenden Versicherern in Deutschland und ist ein bedeutender Teil der internationalen AXA Gruppe. Mit einem Marktanteil von 5,8 % belegt der Konzern Rang 4 unter den deutschen Erstversicherern. Weit mehr als 8 Millionen Kunden vertrauen hierzulande auf die Leistungen der AXA. Mit ihrem Beitragsvolumen von 10,6 Mrd. Euro steht die AXA Deutschland für mehr als 12 % 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 5,7 % und belegt damit Rang 4. In der Krankenversicherung ist der Konzern mit einem Marktanteil von 7,0 % die Nummer 5. Im Geschäftsfeld Vorsorge nimmt AXA mit einem Marktanteil von 5,4 % Platz 7 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 als Spezialversicherer für den Öffentlichen Dienst zum Konzern. 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



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 weltweiten 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 welt-

weit. Die AXA Gruppe erzielte 2011 einen Umsatz von 86,1 Mrd. Euro, ein operatives Ergebnis (Underlying Earnings) von 3,9 Mrd. Euro sowie ein Nettoergebnis von 4,3 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 2011 ein Volumen von 1,1 Billion Euro. Insgesamt betreut die Gruppe 101 Millionen Kunden in 61 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 erfolgte die Umbenennung in AXA. 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 seinerzeit 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.

Die Versicherungsgesellschaften des AXA Konzerns im Geschäftsjahr 2011 (HGB-Abschlüsse)

	Beitragseinnahmen (Mio. Euro)	Veränderung	Ergebnis vor Gewinnabführung (Mio. Euro)
AXA Versicherung AG	3.545	+ 11,6 %	+ 71,6
AXA Lebensversicherung AG	2.173	- 4,9 %	+ 50,0
AXA Krankenversicherung AG	2.419	+ 6,1 %	+ 46,0
AXA Art Versicherung AG (ohne Ausland)	63	+ 3,3 %	+ 14,5
AXA easy Versicherung AG	0,3		0,0
DBV Deutsche Beamtenversicherung AG	252	+ 24,2 %	+ 20,5
DBV Deutsche Beamtenversicherung Lebensversicherung AG	1.303	+ 2,2 %	+ 28,0
Deutsche Ärzteversicherung AG	522	+ 3,3 %	+ 13,2
Pro bAV Pensionskasse AG	174	+ 5,4 %	+ 0,7
Rheinisch-Westfälische Sterbekasse Lebensversicherung AG	18	+ 4,8 %	+ 0,2
winsecura Pensionskasse AG	67	+ 8,5 %	0,0

Wachstum in rückläufigem Markt und höheres operatives Ergebnis

Die AXA Deutschland hat im Geschäftsjahr 2011 ihre Beitragseinnahmen um 2,4 % auf 10,63 Mrd. Euro gesteigert, während der deutsche Versicherungsmarkt um 0,4 % zurückging. Gleichzeitig erhöhte sich das operative Ergebnis um 9,5 % auf 401 Mio. Euro. Damit ist der Konzern erneut profitabel gewachsen. Zuwächse erzielte der Konzern in allen vier Kundensegmenten.

Deutsche Wirtschaft:

Erneutes Wachstum trotz Schuldenkrise

Die Entwicklung des AXA Konzerns erfolgte 2011 in einem Umfeld, in dem die deutsche Wirtschaft trotz der europäischen Schuldenkrise erneut kräftig gewachsen ist. Nach ersten Berechnungen des Statistischen Bundesamtes war das preisbereinigte Bruttoinlandsprodukt um 3,0 % höher als im Vorjahr. Damit setzte sich die Erholung der deutschen Wirtschaft auch im zweiten Jahr nach der Wirtschafts- und Finanzmarktkrise fort. Im Jahr 2009 hatte die deutsche Wirtschaft die stärkste Rezession der Nachkriegszeit mit einem historischen Rückgang des Bruttoinlandsprodukts um 5,1 % erlebt, sich aber schon im Jahr darauf mit einem Anstieg um 3,7 % schneller als erwartet erholt.

Dabei war es vor allem die Kaufreue der Verbraucher, die das Wirtschaftswachstum im vergangenen Jahr stützte. Die privaten Konsumausgaben legten nach den vorläufigen Zahlen des Statistischen Bundesamtes preisbereinigt um 1,5 % zu – so stark wie zuletzt vor fünf Jahren. Doch auch in Ausrüstungen – darunter fallen hauptsächlich Maschinen und Geräte sowie Fahrzeuge – und Bauten wurde mehr investiert als ein Jahr zuvor.

Innerhalb des Wirtschaftsjahres verlief die Entwicklung allerdings nicht kontinuierlich. Der wirtschaftliche Aufschwung fand hauptsächlich in der ersten Jahreshälfte statt. Zum Jahresende erfasste der weltweite Konjunkturabschwung auch die deutsche Wirtschaft mit der Folge, dass das Bruttoinlandsprodukt im letzten Quartal 2011 um etwa 0,25 % zurückging.

Die Entwicklung an den Finanzmärkten wurde insbesondere von der Zuspitzung der Staatsschulden- und Eurokrise beeinflusst. Die zunächst auf Griechenland begrenzte Schuldenkrise weitete sich auf weitere Staaten wie Irland, Italien, Portugal und Spanien aus. Die daraus resultierende Unsicherheit griff erst auf die Finanzmärkte und zum Jahresende schließlich auf die Realwirtschaft über.

Auf den Arbeitsmarkt hatte der in der zweiten Jahreshälfte einsetzende Konjunkturrückgang noch keine Auswirkungen. Im Jahresdurchschnitt 2011 waren nach Angaben der Bundesagentur für Arbeit 2,98 Millionen Personen arbeitslos gemeldet, 263.000 weniger als ein Jahr zuvor. Das ist der tiefste Stand seit 20 Jah-

ren. Die Arbeitslosenquote belief sich auf 7,1 % und nahm im Vergleich zum Vorjahr um 0,6 Prozentpunkte ab. Die Zahl der Erwerbstätigen ist laut Statistischem Bundesamt um 0,5 Millionen auf 41,6 Millionen gestiegen.

Das gesamte Volkseinkommen erhöhte sich im Jahr 2011 um 3,5 % auf 1.964 Mrd. Euro. Davon entfielen 1.320 Mrd. Euro auf Arbeitnehmerentgelte. Diese stiegen gegenüber 2010 um 4,5 % und damit so stark wie seit 1992 nicht mehr. Demgegenüber nahmen die Unternehmens- und Vermögenseinkommen nur geringfügig um 1,5 % auf 644 Mrd. Euro zu. Sie hatten im Vorjahr mit + 10,5 % noch einen zweistelligen Zuwachs verzeichnet.

Die Sparquote der privaten Haushalte war 2011 nach ersten vorläufigen Berechnungen des Statistischen Bundesamtes mit 10,9 % niedriger als in den vergangenen vier Jahren. 2010 hatte sie noch 11,3 % betragen. Das Geldvermögen der privaten Haushalte belief sich am Ende des 3. Quartals 2011 auf 4,66 Billionen Euro. Davon entfielen 1,40 Billionen Euro oder 30,0 % auf Anlagen bei Versicherungen.

Die Preise sind im vergangenen Jahr deutlich gestiegen. Im Jahresdurchschnitt hat sich der Verbraucherpreisindex in Deutschland nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes um 2,3 % und damit deutlich stärker als im Vorjahr (+ 1,1 %) erhöht. Maßgeblich für die Teuerung waren vor allem starke Preiserhöhungen bei Haushaltsenergie und Kraftstoffen.

Deutsche Versicherungswirtschaft:

Erstmals Beitragsrückgang

Nach Jahren des kontinuierlichen Wachstums musste die deutsche Versicherungswirtschaft im Jahr 2011 erstmals einen Beitragsrückgang hinnehmen. Die Einnahmen der im Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) organisierten Versicherer verringerten sich im vergangenen Jahr nach vorläufigen Berechnungen um 0,4 % auf 178,2 Mrd. Euro (2010: 178,8 Mrd. Euro).

Angesichts der anhaltenden Finanzmarkt-, Staatsschulden- und Eurokrise sowie der spürbaren Abschwächung der Konjunktur ist dies eine insgesamt zufriedenstellende Geschäftsentwicklung: Denn im nunmehr vierten „Krisenjahr“ in Folge gelang es den

deutschen Versicherern, die Auswirkungen der Finanzmarkt- und Schuldenkrise für ihre Kunden weitgehend abzufedern. Historisch betrachtet erzielte die Branche 2011 ihr zweithöchstes Beitragsvolumen.

Das kräftigste Wachstum seit 2003 erzielte die Schaden- und Unfallversicherung mit einem Beitragsplus von 2,7 %. Einen noch deutlicheren Zuwachs erreichte die private Krankenversicherung mit + 4,3 %. Aufgrund eines starken Rückgangs bei den Einmalbeiträgen reduzierten sich die Beitragseinnahmen in der Lebensversicherung einschließlich Pensionskassen um 4,4 %.

Niedrigzinspolitik und Solvency II

Durch ihre gut diversifizierte, langfristige Kapitalanlage konnte die Versicherungswirtschaft voraussichtlich auch 2011 eine Net-

toverzinsung von über 4 % auf ihre Kapitalanlagen erwirtschaften. Dabei kommt der Branche zugute, dass die meisten deutschen Versicherer nur in einem sehr überschaubaren Rahmen in Anleihen der sogenannten GIIPS-Staaten (Griechenland, Irland, Italien, Portugal, Spanien) engagiert sind. Stärker macht sich demgegenüber für die deutschen Lebensversicherer die anhaltende Niedrigzinspolitik bemerkbar, da sie die Neuanlage deutlich erschwert.

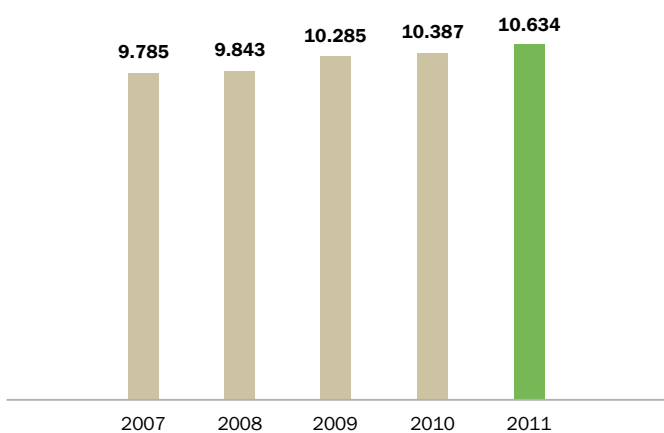
Im vergangenen Jahr setzten die deutschen Versicherer ihre Vorbereitungen auf die künftigen Aufsichtsregeln der Europäischen Union (EU) für die Versicherungswirtschaft, Solvency II, fort. Diese Vorbereitungen müssen die Unternehmen in einer Phase vornehmen, in der die Anforderungen für die ab 2013 geltenden Regeln weiterhin nicht feststehen.

AXA Konzern: Einnahmen, Neugeschäft und operatives Ergebnis gesteigert

Beitragsvolumen wächst auf 10,63 Mrd. Euro

Der AXA Konzern erzielte im Geschäftsjahr 2011 Einnahmen in Höhe von 10,63 Mrd. Euro; das sind 2,4 % mehr als im Vorjahr. Damit hat sich der Konzern deutlich besser entwickelt als der Markt, dessen Beitragseinnahmen im vergangenen Jahr um 0,4 % zurückgingen. Dagegen gelang es der AXA Deutschland, auch im fünften Jahr nach der Integration der DBV ihren Kurs des profitablen Wachstums fortzusetzen.

Erneut deutliches Wachstum (Mio. Euro)



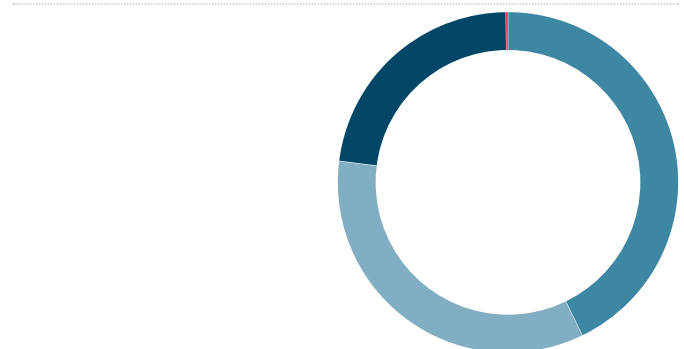
Seit 2010 erfolgt die Darstellung ohne Einbeziehung der konzerninternen Rückversicherungsbeiträge

Vor allem in der Schaden- und Unfallversicherung konnte der AXA Konzern 2011 die Marktentwicklung erheblich übertreffen. Das Beitragsvolumen nahm um 4,3 % auf 3,64 Mrd. Euro zu. Den größten Anteil an diesem Wachstum hatte die Kraftfahrtver-

sicherung, deren Beitragseinnahmen sich um 8,1 % auf knapp 1,3 Mrd. Euro erhöhten. Die anderen Sparten der Schaden- und Unfallversicherung verzeichneten ein Beitragsplus von 2,3 %.

In ihrem größten Geschäftsfeld Vorsorge verzeichnete die AXA Deutschland 2011 einen Rückgang des Beitragsvolumens von lediglich 1,0 % auf 4,55 Mrd. Euro, während der Lebensversicherungs- und Pensionskassenmarkt insgesamt um 4,4 % rückläufig war. Grund für den marktweiten Rückgang war das im Vergleich zum Vorjahr um mehr als 15 % geringere Geschäft mit Einmalbeiträgen. Demgegenüber nahm das Einmalbeitragsgeschäft im AXA Konzern nur um 1,1 % auf 1,07 Mrd. Euro ab und verlief damit wesentlich kontinuierlicher als im Markt. Die laufenden Beiträge gingen im vergangenen Geschäftsjahr bei AXA um 1,0 % auf 3,49 Mrd. Euro zurück.

Geschäftsfelder und Anteil am Umsatz



- Krankenversicherung **2.419 Mio. Euro (22,8 %)**
- Bank **23 Mio. Euro (0,2 %)**
- Vorsorge **4.554 Mio. Euro (42,8 %)**
- Schaden- und Unfallversicherung **3.638 Mio. Euro (34,2 %)**

Die Beitragseinnahmen in der privaten Krankenversicherung stiegen um 6,1 % auf 2,42 Mrd. Euro. Dazu trugen neben moderaten Beitragsanpassungen in der Voll- und Zusatzversicherung – in der Pflegepflichtversicherung blieben die Beiträge 2011 ein weiteres

Mal stabil – die positive Neugeschäftsentwicklung und die hohe Bestandsfestigkeit bei. Das vergleichbare Wachstum des Marktes betrug nach derzeitigen Verbandserhebungen 4,3 % und war im Wesentlichen von Beitragsanpassungen getrieben.

Einnahmen weiter gesteigert

	2010 (Mio. Euro)	2011 (Mio. Euro)	Veränderung
Vorsorge	4.599	4.554	- 1,0 %
- davon laufende Beiträge	3.527	3.494	- 1,0 %
- davon Einmalbeiträge	1.072	1.060	- 1,1 %
Schaden- und Unfallversicherung	3.489	3.638	+ 4,3 %
- davon Kraftfahrtversicherung	1.199	1.296	+ 8,1 %
- davon andere Sparten	2.290	2.342	+ 2,3 %
Krankenversicherung	2.280	2.419	+ 6,1 %
Bank	19	23	+ 25,7 %
Gesamt	10.387	10.634	+ 2,4 %

Positive Beitragsentwicklung in allen 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/Heilwesen. In allen vier Kundensegmenten erzielte der Konzern im Geschäftsjahr 2011 Beitragszuwächse.

Das stärkste Wachstum erzielte die AXA Deutschland mit + 4,1 % in ihrem nach Beitragseinnahmen größten Segment Privatkunden. Hier nahm das Beitragsvolumen, im Wesentlichen getragen vom guten Verlauf in der Kraftfahrtversicherung und dem Ausbau des Einmalbeitragsgeschäfts durch das Programm „at Retirement“, auf 3,41 Mrd. Euro zu.

Das Segment Firmenkunden verzeichnete 2011 Beitragseinnahmen von 3,19 Mrd. Euro (+ 0,5 %) und bleibt das zweitgrößte Kundensegment der AXA Deutschland. Nach dem konjunkturbedingten Rückgang im Vorjahr machte sich in diesem Segment insbesondere die rasche Erholung der Wirtschaft bemerkbar, die bei den umsatzbasierten Verträgen zu höheren Beitragseinnahmen führte.

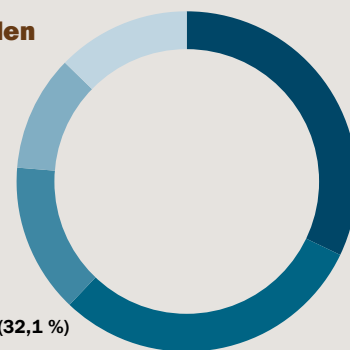
Das Kundensegment Öffentlicher Dienst führt der Konzern unter der Zielgruppenmarke DBV Deutsche Beamtenversicherung. Hier erreichte das Beitragsvolumen 1,51 Mrd. Euro (+ 3,2 %). Hohe Wachstumsraten bei Beihilfetarifen in der Krankenversicherung, bei Dienstunfähigkeitspolice für Dienstanzfänger sowie bei Sachversicherungsverträgen konnten im

vergangenen Jahr die Rückgänge bei Kapitalisierungsprodukten im Bereich Vorsorge mehr als ausgleichen.

Das Kundensegment Ärzte/Heilwesen, das durch die Deutsche Ärzteversicherung repräsentiert wird, ist um 3,1 % auf 1,17 Mrd. Euro gewachsen. Hierzu trug vor allem ein erfolgreiches Krankenversicherungsgeschäft bei den Heilberufen mit + 11,0 % Wachstum bei.

Ein Beitragsvolumen von 1,35 Mrd. Euro (+ 1,2 %) entfiel auf Bereiche wie die Kunstversicherung, Industrieversicherungspolice, übernommene Rückversicherung sowie Bankaktivitäten und lässt sich nicht eindeutig einzelnen Kundensegmenten zuordnen.

Anteile der Kundensegmente an den Beitragseinnahmen



- Privatkunden **3.412 Mio. Euro (32,1 %)**
- Firmenkunden **3.191 Mio. Euro (30,0 %)**
- Öffentlicher Dienst **1.511 Mio. Euro (14,2 %)**
- Ärzte/Heilwesen **1.173 Mio. Euro (11,0 %)**
- sonstige **1.347 Mio. Euro (12,7 %)**

Höheres Neugeschäft in allen drei Geschäftsfeldern

Der AXA Konzern hat im Geschäftsjahr 2011 in allen drei Geschäftsfeldern – Schaden- und Unfallversicherung, Vorsorge und Krankenversicherung – das Neugeschäft gesteigert und damit eindrucksvoll unter Beweis gestellt, dass das Unternehmen mit attraktiven Produkten und passgenauen Lösungen die Bedürfnisse der Kunden trifft.

So wuchs das Beitragsaufkommen aus neu abgeschlossenen Verträgen in der Schaden- und Unfallversicherung um 16,0 % auf insgesamt 698 Mio. Euro. Im Privatkundengeschäft der Schaden- und Unfallversicherung betrug die Steigerung 22,3 % auf 526 Mio. Euro. Hieran hatte mit 434 Mio. Euro oder + 24,6 % die Kraftfahrtversicherung den bei Weitem größten Anteil. Mit den 2010 neu eingeführten Produktlinien mobil komfort und mobil kompakt war der Konzern so erfolgreich, dass er im Jahreswechsellergeschäft 2010/2011 und im Jahresverlauf 2011 insgesamt 196.000 Kraftfahrtversicherungsverträge hinzugewann. Auch in den anderen Sparten der Schaden- und Unfallversicherung nahm das Neugeschäft – nicht zuletzt aufgrund innovativer Produkte wie der Existenzschutzversicherung und dem neu eingeführten Kinderschutzpaket – deutlich um insgesamt 12,4 % zu.

Das Neugeschäft im Bereich Firmen- und Industriekunden hat sich im Jahr 2011 im Vergleich zum Vorjahr leicht um 0,1 % auf 172 Mio. Euro erhöht. Dabei ist das Neugeschäft mit Industriekunden aufgrund der konjunkturellen Erholung um 2,4 % gestiegen, während das Neugeschäft mit Firmenkunden rückläufig war. Grund hierfür war vor allem die bewusste Entscheidung, in der Arzt-Haftpflichtversicherung verlustreiche Geschäftsbeziehungen aufzugeben und neue Verträge nur mit Aussicht auf Ertrag zu zeichnen.

Im Bereich Vorsorge konnte der AXA Konzern 2011 den Neuzugang um insgesamt 3,2 % auf 377 Mio. Euro APE steigern, während der Vorsorgemarkt (Lebens- und Rentenversicherungen einschließlich Pensionskassen und Pensionsfonds) von einem

Rückgang des Neugeschäfts gegen Einmalbeitrag um mehr als 15 % gekennzeichnet und dadurch insgesamt rückläufig war. Die AXA Gruppe verwendet wie zunehmend auch große internationale Wettbewerber für das Neugeschäft in der Lebens- und Krankenversicherung die Kenngröße 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.

Der Neuzugang gegen laufenden Beitrag nahm im vergangenen Jahr um 5,0 % auf 271 Mio. Euro APE zu. Getragen wurde dieser Zuwachs von den konventionellen Renten- und Lebensversicherungen, der betrieblichen Altersvorsorge und den Berufsunfähigkeitsversicherungen, während das Neugeschäft der fondsgebundenen Versicherungen im Einklang mit dem allgemeinen Markttrend hinter dem Vorjahr zurückblieb.

Im Gegensatz zu dem starken Rückgang im Markt ging das Neugeschäft mit Einmalbeiträgen bei der AXA Deutschland nur leicht um 1,1 % auf 106 Mio. Euro APE zurück. Hier kommt dem Konzern zugute, dass AXA schon in den Vorjahren im Rahmen seines plan360° Ruhestand verstärkt auf nachhaltiges Einmalbeitragsgeschäft vor allem in der Zielgruppe der 55-Jährigen und älter gesetzt und das Geschäft mit Kapitalisierungsprodukten nicht besonders gefördert hatte.

Das Neugeschäft in der privaten Krankenversicherung stieg 2011 um 30,3 % auf 146 Mio. Euro Jahresbeitrag (APE) und lag damit deutlich über dem Marktdurchschnitt von + 9 % nach den ersten drei Quartalen. Die positive Entwicklung ist vor allem darauf zurückzuführen, dass ab 2011 die Wartezeit für den Wechsel von der gesetzlichen in die private Krankenversicherung bei Angestellten von drei Jahren auf ein Jahr verkürzt wurde. Außerdem nahm angesichts der zunehmenden Beschäftigung der Bevölkerung mit dem Thema Pflege die Nachfrage nach den 2010 eingeführten ergänzenden Produkten zur Pflegeversicherung deutlich zu.

Erfolgreiches Neugeschäft

	Mio. Euro	Veränderung
Neugeschäft Schaden und Unfall Privatkunden	526	+ 22,3 %
- davon Kraftfahrtversicherung	434	+ 24,6 %
- davon andere Sachversicherungen	92	+ 12,4 %
Neugeschäft Schaden und Unfall Firmenkunden	172	+ 0,1 %
Neugeschäft Vorsorge in APE *	377	+ 3,2 %
- davon laufende Beiträge	271	+ 5,0 %
- davon Einmalbeiträge	106	-1,1 %
Neugeschäft Krankenversicherung	146	+ 30,3 %

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

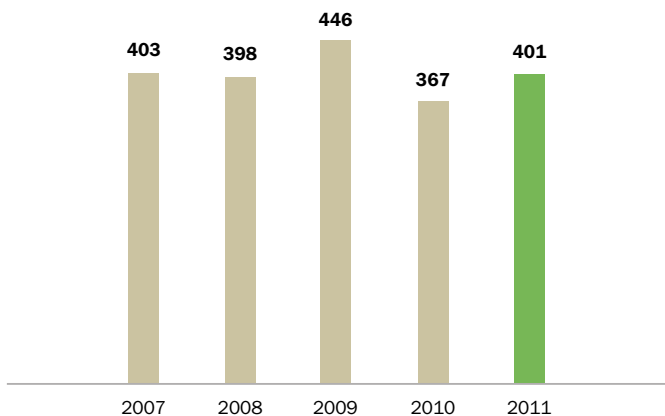
Kosten um 1,1 % reduziert

Der AXA Konzern konnte im Jahr 2011 Einsparungen in Höhe von 60 Mio. Euro erzielen und damit einen ersten wichtigen Schritt tun, um im Rahmen seines Programms zur Steigerung der Effizienz und der Wettbewerbsfähigkeit „focus to perform“ die Kosten bis zum Jahr 2015 um jährlich 328 Mio. Euro zu reduzieren. Im vergangenen Jahr gelang es, die Kosten im Konzern (sämtliche Kosten des Unternehmens ohne Provisionskosten und Einmalkosten) trotz gleichzeitiger Kostensteigerungen infolge des Wachstums sowie aufgrund von Personal- und Sachkostensteigerungen um 1,1 % auf 1,25 Mrd. Euro zu verringern.

Operatives Ergebnis um 9,5 % gesteigert

Der AXA Konzern hat seine operative Ertragskraft im Geschäftsjahr 2011 weiter gestärkt. Die Underlying Earnings, die den operativen Geschäftserfolg (ohne Veräußerungsgewinne und -verluste, Zu- und Abschreibungen sowie Marktwertveränderungen bei Kapitalanlagen) ausdrücken, beliefen sich auf + 401 Mio. Euro. Sie sind im Vergleich zum Vorjahr um 34 Mio. Euro oder 9,5 % gestiegen.

Operatives Ergebnis (Underlying Earnings in Mio. Euro)



2007 ohne Einmaleffekt aus der Unternehmensteuerreform

Im Geschäftsfeld Schaden- und Unfallversicherung stieg das operative Ergebnis um 45 Mio. Euro auf + 222 Mio. Euro (2010: + 177 Mio. Euro). Es trug damit erneut den größten Teil zu den Underlying Earnings bei. Für die höheren Underlying Earnings sorgten Ergebnisverbesserungen in der Versicherungstechnik, stabile Kapitalanlageergebnisse sowie eine geringere Steuerbelastung.

Im Geschäftsfeld Vorsorge erhöhten sich die Underlying Earnings um 16 Mio. Euro auf + 150 Mio. Euro (2010: + 134 Mio. Euro). Die Verbesserung wurde im Geschäft mit klassischen Lebens- und Rentenversicherungen sowie Pensionskassen erzielt: Hier nahmen die Underlying Earnings infolge eines verbesserten ordentlichen Kapitalanlageergebnisses sowie

eines einmaligen steuerlichen Mehrertrags um 43 Mio. Euro auf + 140 Mio. Euro zu. Demgegenüber stiegen aufgrund der Entwicklung auf dem Kapitalmarkt die Kosten für die Absicherung der TwinStar-Garantien an. Dadurch verringerten sich die Underlying Earnings für diesen Teil des Vorsorgegeschäfts um 28 Mio. Euro auf + 10 Mio. Euro.

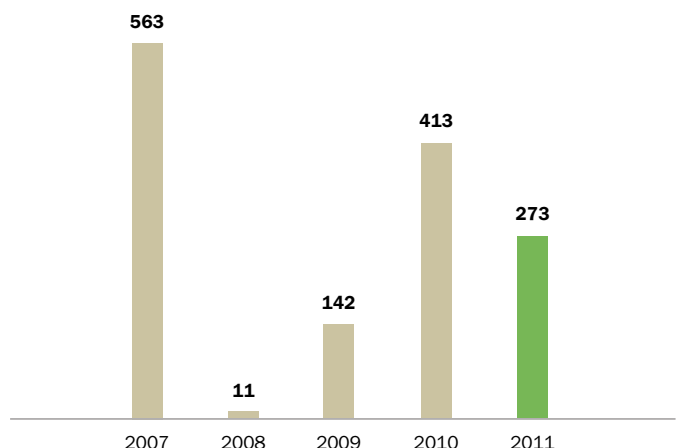
Auch das Geschäftsfeld Krankenversicherung trug mit + 43 Mio. Euro (2010: + 40 Mio. Euro) einen höheren Anteil als im Vorjahr zu den Underlying Earnings des AXA Konzerns bei, da sich Kosten und Leistungsausgaben dank verschiedener Managementaktivitäten günstig entwickelten.

Bei höheren Umsätzen und niedrigeren Kosten verbesserten sich die Underlying Earnings aus Bankaktivitäten um 4,2 Mio. Euro auf 3,7 Mio. Euro. Auf Holdingebene betrug das Ergebnis - 17 Mio. Euro (2010: + 16 Mio. Euro). Der Hauptgrund für die Veränderung waren positive Sondereffekte im Vorjahr.

Konzernergebnis von + 273 Mio. Euro

Im Geschäftsjahr 2011 erzielte die AXA Deutschland ein erneut deutlich positives, wenngleich geringeres Konzernergebnis von + 273 Mio. Euro (2010: + 413 Mio. Euro). Der Rückgang gegenüber dem Vorjahr hat seine Ursache vor allem in der Entwicklung der Kapitalmärkte. Das Niedrigzinsumfeld und die Unsicherheit aufgrund der Schuldenkrise insbesondere einiger südeuropäischer Staaten machten zum einen Abschreibungen auf Aktien- und Rentenpapiere notwendig und erforderten zum anderen Anpassungen an veränderte Marktwerte. Dies traf insbesondere auf den Vorsorgebereich mit seinem hohen, für künftige Leistungen bestehenden Kapitalanlagebestand zu.

Konzernergebnis (Mio. Euro)



Weiterhin Ratings im Bereich AA (sehr stark)

Als wichtiger Teil der internationalen AXA Gruppe verfügen die Versicherungsgesellschaften des AXA Konzerns weiterhin über hervorragende Ratings im Bereich AA (sehr stark). Die Ratingagen-

tur Standard & Poor's hat am 27. Januar 2012 das AA- (sehr stark) Financial Strength Rating, das die Finanzkraft eines Versicherungsunternehmens ausdrückt, für die AXA Lebensversicherung, AXA Krankenversicherung, AXA Versicherung, DBV Deutsche Beamtenversicherung und DBV Deutsche Beamtenversicherung Lebensversicherung bestätigt. Ebenso hat Moody's Investors Service am 16. Februar 2012 sein Aa3 Rating für die vorgenannten Gesellschaften wiederholt. Wegen ihrer kritischen Einschätzung für den gesamten Finanzsektor in der Eurozone haben beide Ratingagenturen den Ausblick von „stabil“ auf „negativ“ gesetzt. Fitch Ratings hatte zuvor am 3. November 2011 das AA- (sehr stark) Insurer Financial Strength Rating und den stabilen Ausblick bestätigt.

Solvabilitätsquoten deutlich über den Anforderungen

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 Versicherungsgesellschaften des Konzerns:

Solvabilitätsquoten

AXA Versicherung	140,4 %
AXA Lebensversicherung	146,7 %
AXA Krankenversicherung	135,5 %
AXA Art Versicherung	389,7 %
DBV Deutsche Beamtenversicherung	156,7 %
DBV Deutsche Beamtenversicherung Lebensversicherung	153,5 %
Deutsche Ärzteversicherung	177,3 %
Pro bAV Pensionskasse	178,8 %
winsecura Pensionskasse	139,3 %
Rheinisch-Westfälische Sterbekasse	189,2 %

Die Entwicklung in den einzelnen Geschäftsfeldern

Vorsorge: Neugeschäft entgegen dem Markt gesteigert

In seinem größten Geschäftsfeld Vorsorge (Lebens- und Rentenversicherungen einschließlich Pensionskassen) erreichte der AXA Konzern 2011 ein Beitragsvolumen von insgesamt 4,55 Mrd. Euro (2010: 4,60 Mrd. Euro). Es lag mit - 1,0 % nur leicht unter dem Vorjahr, während der Markt einen Rückgang von 4,4 % verzeichnete.

Aus Verträgen mit laufenden Beiträgen erzielte die AXA Deutschland Einnahmen von 3,49 Mrd. (- 1,0 %); das sind knapp 77 % der gesamten Einnahmen des Vorsorgegeschäfts. Der leichte Rückgang der Beitragseinnahmen ist in einer hohen Zahl von Abläufen aus abschlussstarken Jahren begründet.

Anders als der Markt konnte der AXA Konzern das Einmalbeitragsgeschäft im vergangenen Geschäftsjahr nahezu stabil halten. Während der Markt einen Rückgang von über 15 % verzeichnete, blieb das Einmalbeitragsvolumen bei AXA mit 1,06 Mrd. Euro (2010: 1,07 Mrd. Euro) fast unverändert. Im Rahmen seiner Rundum-Beratung und -Betreuung durch den plan360° Ruhestand konnte der Konzern wiederum zahlreiche Kunden von den Vorteilen überzeugen, die ihnen bei der Gestaltung ihrer Altersvorsorge nur eine Versicherung bieten kann: die Zahlung einer lebenslangen Rente selbst bei Erreichen eines sehr hohen Alters. Den Absatz von Kapitalisierungsprodukten hat der AXA Konzern wie schon in den Vorjahren aus Renditegründen nicht besonders gefördert.

Anteile der Versicherungsformen am Lebensversicherungsbestand

	lfd. Beitrag 2011 (Mio. Euro)	Anteil 2011 (%)	Anteil 2010 (%)
Fondsgebundene Versicherungen einschließlich TwinStar	796,3	23,0 %	23,0 %
Rentenversicherungen	537,8	15,6 %	15,1 %
Einzelkapitalversicherungen	1.264,3	36,6 %	38,8 %
Risikoversicherungen	79,3	2,3 %	2,2 %
Berufsunfähigkeitsversicherungen	152,5	4,4 %	3,8 %
Kollektivversicherungen	573,8	16,6 %	16,0 %
Fondsgebundene Versicherungen Kollektiv	52,8	1,5 %	1,0 %
Gesamt	3.456,6	100%	100%

Über 5 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, überschritten 2011 erstmals die Grenze von 5 Mrd. Euro. Einschließlich der Überschussanteile und Direktgutschrift betragen sie im vergangenen Jahr 5,1 Mrd. Euro (2010: 4,6 Mrd. Euro).

Das operative Ergebnis (Underlying Earnings) des Vorsorgebereiches verbesserte sich erneut und stieg aufgrund eines höheren ordentlichen Kapitalanlageergebnisses sowie eines einmaligen steuerlichen Mehrertrags auf insgesamt + 150 Mio. Euro (2010: + 134 Mio. Euro) – bei allerdings gegenläufiger Entwicklung. Während sich die Underlying Earnings bei den klassischen Produkten um 43 Mio. Euro auf 140 Mio. Euro erhöhten, nahmen sie bei den TwinStar-Produkten um 28 Mio. Euro auf 10 Mio. Euro ab. Hauptgrund hierfür waren gestiegene Absicherungskosten für die Garantien dieser Produkte aufgrund der volatilen Entwicklung an den Kapitalmärkten.

Schaden- und Unfallversicherung: Marktwachstum deutlich übertroffen

In der Schaden- und Unfallversicherung hat der AXA Konzern 2011 das Marktwachstum deutlich übertroffen. Die AXA Deutschland steigerte das Beitragsvolumen um 4,3 % auf 3,64 Mrd. Euro (2010: 3,49 Mrd. Euro), während die Beiträge im Markt lediglich

um 2,7 % zunahm. Diese erfreuliche Entwicklung bei AXA ist vor allem dem Wachstum in der Kraftfahrtversicherung zu verdanken, deren Beitragseinnahmen sich um 8,1 % auf knapp 1,3 Mrd. Euro erhöhten. Durch ein gutes Jahreswechslergeschäft 2010/2011 und ein ebenso erfolgreiches unterjähriges Geschäft gewann der AXA Konzern in dieser Sparte 2011 insgesamt 196.000 Verträge netto hinzu. Hier überzeugte der Konzern mit der im Jahr 2010 überarbeiteten Produktpalette mit den Tarifen mobil komfort und mobil kompakt. Im vergangenen Jahr wurde zudem mit mobil online ein neuer Internettarif für diejenigen Kunden eingeführt, die bei ihrer Entscheidung den Preis in den Vordergrund stellen. Die anderen Sparten der Schaden- und Unfallversicherung verzeichneten ein Beitragsplus von 2,3 %.

2,26 Mrd. Euro und damit 6,2 % mehr als im Vorjahr entfielen in der Schaden- und Unfallversicherung auf das Geschäft mit Privatkunden. Neben der Kraftfahrtversicherung war der Konzern hier vor allem mit seinen Innovationen Existenzschutzversicherung und Kinderschutzpaket erfolgreich.

Unveränderte 1,08 Mrd. Euro des Beitragsvolumens in der Schaden- und Unfallversicherung stammen aus dem Geschäft mit Industrie- und Firmenkunden. Verhaltene Investitionsbereitschaft und rückläufige Umsätze wirkten sich insbesondere in den Haftpflicht- und Sachversicherungssparten auf die Beitragsentwicklung aus.

Beitragseinnahmen Schaden- und Unfallversicherung nach Geschäftsfeldern und Sparten (HGB)

	2010 (Mio. Euro)	2011 (Mio. Euro)	Veränderung
Gesamt	3.489	3.638	+ 4,3 %
- davon Kraftfahrtversicherung	1.199	1.296	+ 8,1 %
- davon andere Sparten	2.009	2.044	+ 1,7%
Sachversicherung Firmen und Privat	992	1.021	+ 3,0 %
Haftpflichtversicherung	606	608	+ 0,3 %
Transportversicherung	119	121	+ 2,1 %
Luftfahrtversicherung	8	7	- 9,0 %
andere	285	286	+ 0,4 %
- davon sonstige	281	298	+ 6,0 %
- Kunstversicherung	142	147	+ 3,0 %
- übernommene Rückversicherung	138	151	+ 9,4 %

Schaden-Kostenquote um 1,4 Prozentpunkte verbessert

Nach dem außergewöhnlichen Schadenjahr 2010, das durch den strengen Winter, zahlreiche Naturkatastrophen und Großschäden geprägt war, verlief das vergangene Geschäftsjahr auf der Schadenseite etwas ruhiger. Es kam vorrangig zu lokalen Schadenereignissen mit allerdings höheren Durchschnittsschäden als im Vorjahr. Insgesamt nahm der Aufwand für Schäden im vergangenen Jahr um 3,5 % auf 2,36 Mrd. Euro (2010: 2,28 Mrd. Euro) zu. Da das Beitragswachstum mit 4,3 % höher war und die Kosten reduziert werden konnten, verbesserte sich die Schaden-Kostenquote (Net Combined Ratio) gemäß IFRS-Reporting der AXA Gruppe um 1,4 Prozentpunkte auf 103,2 %.

Entwicklung Schaden-Kostenquote



Das vorrangig durch Kosteneinsparungen erzielte verbesserte versicherungstechnische Ergebnis war der Hauptgrund dafür, dass sich das operative Ergebnis in der Schaden- und Unfallversicherung deutlich erhöhte. So stiegen die Underlying Earnings im Geschäftsjahr 2011 um 45 Mio. Euro auf + 222 Mio. Euro (2010: + 177 Mio. Euro).

Krankenversicherung: Neugeschäft um über 30 % gesteigert

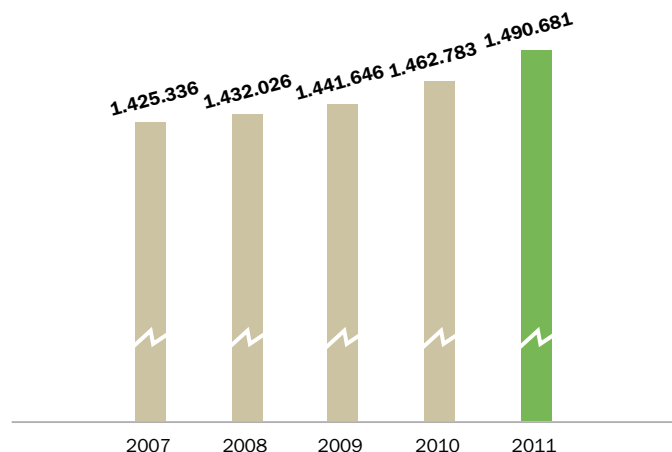
Im Geschäftsfeld Krankenversicherung erhöhten sich die Beitragseinnahmen im Jahr 2011 um 6,1 % auf 2,42 Mrd. Euro. Zu diesem Wachstum trugen das stark gestiegene Neugeschäft, nur moderate Beitragsanpassungen in der Voll- und Zusatzversicherung – in der Pflegepflichtversicherung blieben die Beiträge 2011 ein weiteres Mal stabil – sowie die hohe Bestandsfestigkeit bei. In dem gesamten Beitragsvolumen von 2,42 Mrd. Euro

sind 173 Mio. Euro (2009: 171 Mio. Euro) aus der Pflegepflichtversicherung enthalten.

Das Neugeschäft in der Krankenversicherung stieg 2011 erheblich um 30,3 % auf 146 Mio. Euro Jahresbeitrag an. Zu Jahresbeginn 2011 war für Angestellte die Wartezeit für einen Wechsel von der gesetzlichen in die private Krankenversicherung von drei Jahren auf ein Jahr verkürzt worden. Dies hatte vor allem in den ersten Monaten des vergangenen Jahres zu einem starken Neugeschäftsboom geführt. Mit ihren gut im Markt positionierten Tarifen konnte die AXA Krankenversicherung den Neugeschäftserfolg im Verlauf des Jahres fortsetzen. Auch die im Jahr 2010 eingeführten Produkte der ergänzenden Pflegeversicherung waren stark nachgefragt.

Am Jahresende 2011 hatten 1.490.681 (2010: 1.462.783) Personen eine Voll- oder Zusatzversicherung bei der AXA Krankenversicherung und ihrer Zweigniederlassung DBV Deutsche Beamtenversicherung Krankenversicherung. Das waren 27.898 Personen oder 1,9 % mehr als ein Jahr zuvor. 756.128 Personen (+ 2,5 %) waren voll- und 734.553 Personen (+ 1,3 %) zusätzlich versichert.

Zahl der versicherten Personen*



* Voll- und Zusatzversicherung

1,5 Mrd. Euro für Leistungen erbracht

Für ihre Versicherten erbrachte die AXA Krankenversicherung im vergangenen Jahr Leistungen von insgesamt 1,50 Mrd. Euro (+ 4,0 %). Der Anstieg der Leistungen blieb damit deutlich unterhalb des Beitragswachstums von 6,1 %. Zum operativen Ergebnis des AXA Konzerns trug die Krankenversicherung mit Underlying Earnings von + 43 Mio. Euro (2010: + 40 Mio. Euro) bei.

Kapitalanlagen: Rententitel dominieren

Nachdem sich in der ersten Jahreshälfte 2011 der positive Trend des vergangenen Geschäftsjahres auf den internationalen Kapitalmärkten zunächst fortsetzte, war die zweite Jahreshälfte von Unsicherheiten geprägt. Die Sorge vor einem Abkühlen der Weltwirtschaft und die kritisch beobachtete Schuldenkrise in der Eurozone hatten Kurseinbrüche an den Börsen und einen weiteren Rückgang des Zinsniveaus bonitätsstarker Anleihen zur Folge. Dies führte zu entsprechenden Wertsteigerungen im Bereich der festverzinslichen Wertpapiere, die jedoch zum Teil durch erhöhte Risikoaufschläge vereinzelter Rentenpapiere kompensiert wurden.

Die Aktienmärkte entwickelten sich im vergangenen Geschäftsjahr rückläufig. Der Deutsche Aktienindex (DAX) notierte Ende Dezember 2011 bei knapp 5.900 Punkten und verzeichnete somit im Vergleich zum Jahresanfang einen Rückgang von 15 %. Im Gegensatz dazu zeigte der für den amerikanischen Aktienmarkt repräsentative S&P 500 Index, trotz signifikanter unterjähriger Schwankungen, im Vergleich zu seinem Vorjahreswert nahezu keine Veränderung.

Die Leitzinsen im US-Raum blieben im vergangenen Geschäftsjahr wie im Vorjahr unverändert bei 0 bis 0,25 %. Im Euroraum stieg der Leitzins der Europäischen Zentralbank in der Mitte des Jahres bis auf 1,5 % an und fiel bis zum Ende des Jahres wieder auf sein Vorjahresniveau von 1 %. Der Zinssatz für 10-jährige Bundesanleihen sank bis Ende Dezember auf 1,8 % und erreichte damit einen historischen Tiefststand.

Die AXA Deutschland hat die Entwicklung an den Kapitalmärkten genutzt und durch ein ausgewogenes Kapitalanlagenportfolio die an ihre Kunden gegebenen Leistungsversprechen erfüllt. Im Geschäftsjahr 2011 hat der Konzern verstärkt Investitionen in Hypothekenpfandbriefe, Staatsanleihen und Anstalten der Euro-Kernländer sowie Unternehmensanleihen in Euro und US-Dollar vorgenommen. Darüber hinaus wurden Anlagen getätigt, die die Verwerfungen am Kapitalmarkt nutzen, um annähernd risikofrei zusätzliche Erträge zu erzielen.

Der Bestand an Kapitalanlagen erhöhte sich bei der AXA Deutschland im Jahr 2011 um 3,4 % auf 66,4 Mrd. Euro (2010: 64,2 Mrd. Euro). Mehr als drei Viertel seines Neuanlagevolumens

hat der Konzern in Rententiteln angelegt. Sie dominieren mit einem Anteil von 78,7 % weiterhin den Kapitalanlagebestand.

Kapitalanlagen: Anteile (IFRS-Buchwerte)

	2010	2011
Renten	77,6 %	78,7 %
Darlehen und Ausleihungen	10,0 %	8,7 %
Aktien und Beteiligungen	3,7 %	3,3 %
Publikumsfonds	1,9 %	2,4 %
Kapitalanlagen fondsgebundener Versicherungen	4,8 %	4,9 %
Fremdgenutzter Grundbesitz	2,0 %	2,0 %

Gesamter Kapitalanlagebestand: **66,4 Mrd. Euro (2010: 64,2 Mrd. Euro)**

Kapitalanlageergebnis von 2,43 Mrd. Euro

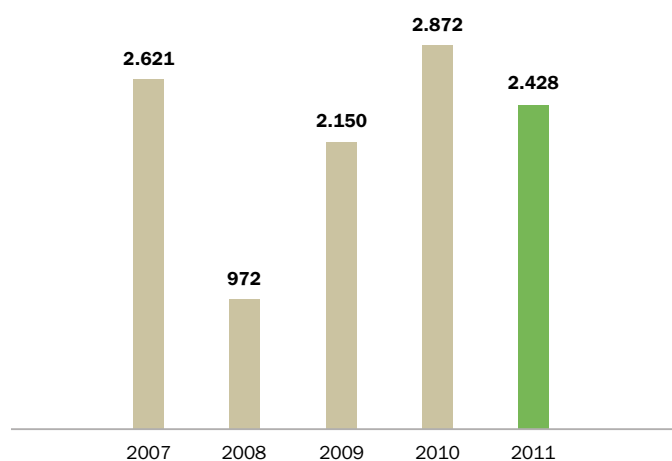
Aus seinen Kapitalanlagen erzielte der AXA Konzern 2011 ein um 125 Mio. Euro oder 4,9 % höheres laufendes Ergebnis von 2,66 Mrd. Euro. Dennoch blieb das gesamte Kapitalanlageergebnis mit 2,43 Mrd. Euro um 444 Mio. Euro oder 15,5 % unter dem Vorjahr. Maßgeblich hierfür war vor allem die Position „Zu- und Abschreibungen sowie realisierte Gewinne und Verluste“ mit - 364 Mio. Euro. Die angespannte Lage auf den internationalen Kapitalmärkten machte Abschreibungen auf den Aktien- und den Rentenbestand notwendig. Außerdem kam es aus dem Abgang von Anleihen aus den sogenannten GIIPS-Staaten (Griechenland, Irland, Italien, Portugal, Spanien) zu Verlusten. Auf griechische Staatsanleihen wurden netto 18 Mio. Euro abgeschrieben. Insgesamt belief sich die Auswirkung aus der Position „Zu- und Abschreibungen sowie realisierte Gewinne und Verluste“ nach Berücksichtigung der Rückstellung für Beitragsrückerstattung und nach Steuern für den Konzern auf netto 150 Mio. Euro. Darüber hinaus wurde im Vergleich zum Vorjahr mit + 134 Mio. Euro ein niedrigerer Ertrag aus den Marktwertanpassungen (Change in Fair Value) erzielt.

Zum gesamten Kapitalanlageergebnis von 2,43 Mrd. Euro trugen das Geschäftsfeld Vorsorge mit 1.712 Mio. Euro, die Schaden- und Unfallversicherung mit 348 Mio. Euro, die Krankenversicherung mit 418 Mio. Euro und die Holdinggesellschaften mit - 50 Mio. Euro bei.

Kapitalanlageergebnis (Mio. Euro)

	2010	2011
Laufendes Kapitalanlageergebnis	2.533	2.658
Zu-/Abschreibungen sowie realisierte Gewinne/Verluste	+ 80	- 364
Marktwertanpassungen	+ 260	+ 134
Gesamtes Kapitalanlageergebnis	2.872	2.428

Kapitalanlageergebnis (Mio. Euro)



2,4 % der Kapitalanlagen in den GIIPS-Staaten

Die Kapitalanlagen des AXA Konzerns sind risikoarm ausgerichtet. Zum hohen Anteil festverzinslicher Anlagen gehören auch Staatsanleihen, die aufgrund langjähriger Erfahrungen als sichere Anlage gelten. Der AXA Konzern hatte Ende 2011 2,4 % seiner Kapitalanlagen in Staatsanleihen von Spanien, Italien, Portugal, Irland und Griechenland investiert, deren Risiko weiterhin diskutiert wird. 0,1 % der Kapitalanlagen entfielen auf griechische Staatsanleihen, die zum Jahresende 2011 auf ihren Marktwert abgeschrieben wurden.

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

10.898 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Am Jahresende 2011 waren insgesamt 10.898 (2010: 11.209) Mitarbeiter/innen für den AXA Konzern tätig. Mit 5.557 (= 51,0 %) Frauen und 5.341 (= 49,0 %) Männern ist das Verhältnis der Geschlechter nahezu ausgewogen. Die natürliche Fluktuationsrate lag unverändert bei 2,9 %. Zum Jahresende beschäftigte der AXA Konzern darüber hinaus 545 (2010: 616) Auszubildende. Allein im Jahr 2011 wurden 163 Auszubildende eingestellt; im Jahresdurchschnitt waren 497 Auszubildende im Unternehmen. Die Übernahmequote nach Abschluss der Ausbildung betrug 82 % – eine deutliche Steigerung zu den 76 % des Vorjahres. Zudem bot der AXA Konzern 235 Praktikanten und 86 Stipendiaten die Möglichkeit, wertvolle praktische Erfahrungen zu sammeln.

4.611 Exklusivvermittler

Der Exklusivvertrieb der AXA hat sich 2011 auf den qualitativen Organisationsausbau bei bestehenden Agenturen konzentriert und dabei die Zahl seiner Exklusivvermittler, entgegen der allgemeinen Marktentwicklung, mit 4.611 nahezu stabil gehalten. Auch im laufenden Jahr soll der Fokus auf der Qualitätssicherung im Zusammenhang mit dem Beratungsansatz plan360° liegen und eine ausreichende Beratungskapazität für die Kunden sichergestellt werden.

Gremien des AXA Konzerns

Aufsichtsrat

Jacques de Vacleroy

Vorsitzender
Chief Executive Officer for Northern, Central and Eastern Europe der AXA,
Brüssel/Belgien

Herbert Mayer *

stellv. Vorsitzender
Angestellter, Pfinztal

Harry Clemens *

Leitender Angestellter, Köln

Kurt Döhmel

Vorsitzender der Geschäftsführung i.R. der Deutsche Shell Holding
GmbH, Hamburg

Dr. Michael Frenzel

Vorsitzender des Vorstands der TUI AG, Burgdorf

Michael Garrecht *

Angestellter, Maikammer

Peter Heesen

Bundesvorsitzender des dbb beamtenbund und tarifunion, Berlin

Christiane Kölsch-Bisanzio

Head of Human Resources for Northern, Central and Eastern Europe der
AXA, Zürich/Schweiz

Patrick Lemoine

Chief Financial Officer for Northern, Central and Eastern Europe der AXA,
Paris/Frankreich

Hans-Peter Lenssen *

Gewerkschaftssekretär der ver.di Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft,
Glienicke/Nordbahn

Friedrich Merz

Rechtsanwalt bei Mayer Brown LLP, Arnsberg

Frank D. Meyer *

Angestellter, Saulheim

Hans Nasshoven *

Angestellter, Köln

Petra Roth

Oberbürgermeisterin, Frankfurt/Main

Klaus Weber *

Gewerkschaftssekretär der ver.di Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft,
Berlin

Andrea Wolf *

Angestellte, St. Augustin

Claas Kleyboldt

Ehrevorsitzender des Aufsichtsrates, Vorsitzender des Vorstandes i.R.
der AXA Konzern AG, Köln

* Vertreter der Arbeitnehmer

Gruppenvorstand



Dr. Thomas Buberl

Vorsitzender
Konzernkommunikation, Konzernrevision,
Konzernstrategie und Portfoliosteuerung



Rainer Brune

Kundensegment
Öffentlicher Dienst
Privatkundengeschäft
Sach, Unfall, Haftpflicht,
Krafftahrt



Dr. Patrick Dahmen

Rechnungswesen,
Controlling, Steuern,
Risikomanagement



Thomas Gerber

Kundensegment
Privatkunden
Vorsorge, Bank,
AXA Privatanlage



Wolfgang Hanssmann

Vertrieb, Marketing



Jens Hasselbacher

Kunden- und
Partnerservice



Dr. Markus Hofmann

Kundensegment
Firmenkunden
Schaden- und
Unfallversicherungen,
Rückversicherung, Schaden



Thomas Michels

Krankenversicherung



Ulrich C. Nießen

Personal, Recht & Compli-
ance, Zentrale Dienste



Dr. Heinz-Jürgen Schwering

Kapitalanlagen,
Asset Liability
Management



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 Umsetzung

Siccma Media GmbH | Bonner Straße 328 | 50968 Köln

Druck

Offsetdruck Ockel GmbH | Mainstraße 1 | 65830 Kriftel

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**