

**Aufgestellter  
Konzernabschluss und  
Einzelabschluss 2006  
der  
AXA Konzern AG**



# Konzernlagebericht



## Der AXA Konzern in Deutschland

Der AXA Konzern hat im Jahr 2006 seine Position als einer der führenden Erstversicherer in Deutschland behauptet. In allen Geschäftsbereichen zählt die AXA zu den zehn größten Anbietern im Markt. In der Schaden- und Unfallversicherung belegt der Konzern mit einem Marktanteil von 4,4 % ebenso Rang 7 wie im Bereich der Lebensversicherung, wo die AXA auf einen Anteil von 3,4 % am Gesamtmarkt kommt. Im Segment der Krankenversicherung ist der Konzern der neuntgrößte Anbieter mit einem Marktanteil von 3,3 %. Die gute Marktposition hierzulande verdanken wir nicht zuletzt unserem auf Service und Qualität fokussierten strategischen Ansatz, der das Unternehmen gezielt auf die Bedürfnisse der Kunden ausrichtet. AXA Deutschland mit Sitz in Köln wurde 1839 als „Kölnische Feuer-Versicherungs-Gesellschaft, genannt, Colonia“ von einheimischen Kaufleuten und Bankiers gegründet. Seit 1997 ist der Konzern Teil der global agierenden AXA Gruppe, eines der größten Versicherungs- und Finanzdienstleistungsunternehmen der Welt und Nummer 2 unter den europäischen Erstversicherern.

### Wichtigste Konzerngesellschaften

Zu den wichtigsten Konzerngesellschaften zählen neben der Holdinggesellschaft AXA Konzern AG die AXA Versicherung AG, AXA Lebensversicherung AG, AXA Krankenversicherung AG, AXA Art Versicherung AG, AXA Bank AG, die Gesellschaften der Deutschen Ärzteversicherung, Pro bAV Pensionskasse AG und – als assoziiertes Unternehmen – die Roland Rechtsschutz-Versicherungs-AG.

### Geschäftsbereiche und Produkte

Die AXA Deutschland bietet sowohl Firmen- als auch Privatkunden eine breite Produktpalette in den Bereichen Vorsorge, Vermögensmanagement und Versicherung. Dazu zählen in erster Linie Schaden- und Unfallversicherungen, private Vorsorgeformen wie Lebens- und Krankenversicherungen und Vermögensanlagen sowie Finanzierungen. Derzeit vertrauen rund 4,7 Millionen Kunden mit etwa 10 Millionen Verträgen auf die Leistungen der AXA Deutschland.

Größtes Geschäftsfeld ist die Schaden- und Unfallversicherung. Sie trägt einschließlich des Auslands- und des indirekten Geschäfts rund 44,1 % zum Beitragsaufkommen bei. Der zweite große Geschäftsbereich ist mit einem Anteil von 41,2 % der Konzernbeiträge das private Vorsorgegeschäft (Lebens- und Rentenversicherungen, betriebliche Altersversorgung). 14,7 % stammen aus der privaten Krankenversicherung. Im Gesundheitsbereich verfügt der Konzern mit der Deutschen Ärzteversicherung, einem Spezialanbieter für die akademischen Heilberufe, über ein starkes Standbein. Darüber hinaus zählt die AXA Art zum Konzern, die weltweit eine führende Position in der Kunstversicherung einnimmt. Die 2001 gegründete AXA Bank AG rundet das Angebot des Konzerns mit Dienstleistungen im Bereich Finanzierungen, Vorsorge- und Vermögensmanagement ab.

## Klar definierte Strukturen und effiziente Steuerung

Oberstes Ziel des AXA Konzerns ist die Generierung nachhaltigen Wachstums, ohne dabei die Profitabilität außer Acht zu lassen. Die Steuerung des Konzerns erfolgt unter Berücksichtigung der Interessen aller wichtigen Stakeholder wie Anteilseigner, Kunden und Mitarbeiter sowie der Verantwortung des Unternehmens als Bestandteil des gesellschaftlichen Umfelds. Zu diesem Zweck haben wir klar definierte Strukturen im Konzern etabliert, die mit Hilfe von Kenngrößen gesteuert werden und den langfristigen Unternehmenserfolg sichern sollen. Unsere interne Organisation ist unterteilt in Kunden Management, Operations Management und Infrastruktur Management. Im Kunden Management erfolgt die vertriebskanalübergreifende Steuerung sämtlicher Kundenbeziehungen. Das Operations Management übernimmt die zentrale Prozessverantwortung zur Steigerung von Effizienz, Qualität und Produktentwicklung. Im Infrastruktur Management haben wir die konzernweiten Dienstleistungen wie Kapitalanlagen, Personal, Verwaltung und Rechnungswesen gebündelt.

Zentrales Führungsgremium des deutschen AXA Konzerns ist der Gruppenvorstand, der aus zehn Mitgliedern besteht. Dabei übernehmen die Vorstandsmitglieder der Holdinggesellschaft AXA Konzern AG in Personalunion auch weitestgehend die entsprechenden Verantwortungsbereiche in den großen Versicherungsgesellschaften, was die konzernweit einheitliche Führung und Steuerung unseres Unternehmens sicherstellt.

Die Führung des Konzerns und der einzelnen Geschäftsfelder erfolgt nach klar definierten Steuerungsgrößen, die sich im Wesentlichen an von der AXA Gruppe entwickelten Kennziffern orientieren. Neben Konzern- respektive Segmentergebnissen sind die Underlying Earnings, das um außerordentliche Effekte bereinigte Ergebnis der operativen Geschäftstätigkeit, die wichtigste Messgröße für den wirtschaftlichen Erfolg der AXA Gruppe. In den Geschäftsfeldern arbeitet die Konzernsteuerung mit den für das jeweilige Segment typischen Kenngrößen. In der Schaden- und Unfallversicherung ist dies die Net Combined Ratio, die Aufwendungen für Schäden, Provisionen und Verwaltungskosten sowie das Rückversicherungsergebnis in Relation zu den verdienten Brutto-Beitragseinnahmen setzt. Das Lebens- und Krankenversicherungsgeschäft bewerten wir vor allem nach der sogenannten New Business Contribution. Das ist der Barwert des Neugeschäfts, wobei die erwarteten Erträge aus dem Neuzugang des laufenden Jahres und der kommenden Jahre abgezinst und aufsummiert werden.

Neben diesen Kenngrößen spielt bei der Steuerung des Konzerns und der Teilsegmente auch die jeweilige Eigenkapitalausstattung gemäß den Solvabilitätsvorschriften für Erstversicherer eine zentrale Rolle.

# Aktuelle Entwicklungen im Konzern 2006

## Unsere Strategie für anhaltend profitables Wachstum

Die AXA in Deutschland hat ihre strategischen Ziele im Geschäftsjahr 2006 erreicht. Die Beitragseinnahmen sind trotz zum Teil schwieriger rechtlicher Rahmenbedingungen erneut gestiegen und das gute operative Ergebnis des Vorjahres wurde übertroffen. Dieser Erfolg ist Resultat aus der konsequenten Umsetzung unseres strategischen Kurses, der die permanente Überprüfung aller Maßnahmen und Prozesse unter dem Gesichtspunkt der Kundenorientierung und der Rentabilität vorgibt. Angesichts eines immer dynamischeren Marktumfelds für Erstversicherer, das vor allem durch zusätzliche Anforderungen in der Folge neuer Gesetze und einen insbesondere im Bereich Sachversicherungen erhöhten Preiskampf geprägt ist, hat sich die eingeschlagene Strategie des profitablen Wachstums nachhaltig bewährt. Im Folgenden sind die Initiativen zur strategischen Weiterentwicklung des Konzerns und der einzelnen Geschäftsbereiche beschrieben.

### Stärkung der Kunden- und Vermittlerorientierung

Das Jahr 2006 stand bei der AXA Deutschland eindeutig im Zeichen einer stärkeren Kundenorientierung und der engeren und effizienteren Zusammenarbeit mit unseren Vertriebspartnern. Gleichzeitig wurde das Netz an Exklusivvermittlern sowie Maklern und Mehrfachagenten planungsgemäß ausgeweitet, um eine noch bessere Betreuung unserer Kunden zu gewährleisten. Auf die im Jahr 2007 anstehende Umsetzung der EU-Vermittlerrichtlinie hat der AXA Konzern seine Vertriebspartner bestens vorbereitet. Ausgestattet mit Finanz- und Vorsorgeanalyseinstrumenten der AXA, die auch die ordnungsgemäße Dokumentation im Sinne der EU-Richtlinie sicherstellen, setzen die Vermittler vor allem auf die individuelle Beratung der Kunden. Unser im Jahr 2006 eingeführtes Agenturförderkonzept zur qualitativen Verbesserung der Zusammenarbeit mit unserer Exklusivorganisation unterstützt ebenfalls das Anliegen unserer Kunden nach individuellerer Betreuung. Das Konzept sieht vor, dass die Vermittler gezielter als bisher nach ihren speziellen inhaltlichen Schwerpunkten und ihrem persönlichen Entwicklungspotenzial gefördert werden.

Ein weiterer wichtiger Baustein der Vertrieboptimierung ist die seit Jahren praktizierte und kontinuierlich ausgebauten Multikanalstrategie. Sie beinhaltet eine stärkere Vernetzung des Exklusiv- und des Direktvertriebs. Ziel ist es, für die Kunden eine optimale Versorgung mit Informationen rund um die AXA Services per Telefon und Internet einerseits sowie durch individuelle Beratung des Vermittlers andererseits zu gewährleisten.

Neben der Optimierung der Vertriebswege hat die AXA Deutschland im Jahr 2006 umfangreiche Vermarktungsaktionen zur Kundengewinnung durchgeführt. Die Kampagne zum Jahreswechsel 2005/2006 unter dem Motto „Deutschland sagt Danke“ führte in der Kraftfahrtversicherungssparte zu einer erheblichen Steigerung der Abschlüsse über den Exklusiv- und Maklervertrieb und bescherte dem Direktvertrieb sogar ein Rekordwachstum. Für das neue Vorsorgeprodukt TwinStar, bei dem unsere irische Schwestergesellschaft AXA Life Europe Ltd., Dublin, Risikoträger ist, entwickelten wir vielfältige Marketingmaßnahmen zur Unterstützung der Vertriebspartner. Im Vordergrund der Aktivitäten stand die Darstellung der besonderen Innovation des Produktes, das die Rendite einer fondsgebundenen Rentenversicherung mit höchstmöglichen Garantieleistungen verknüpft. Diese vermeintliche „Quadratur des Kreises“ fand bei Vertriebspartnern und

Kunden gleichermaßen großen Anklang. Im Jahr 2007 werden weitere Produktvarianten von TwinStar auf den Markt kommen und den bisherigen Erfolg des Produktes zusätzlich beflügeln.

Auch die 2006 initiierte bundesweite Werbekampagne „Das AXA Gefühl“ wirkte vertriebsunterstützend und sorgte für eine deutliche Steigerung unserer Markenbekanntheit. Darüber hinaus informierten wir in Printanzeigen und TV-Spots über Produktneuheiten und hoben damit unsere herausragende Position bei Produktinnovationen hervor.

In der Zusammenarbeit mit unseren unabhängigen Vertriebspartnern konnte das Geschäft mit Kompositversicherungen erfolgreich ausgebaut werden. Im Lebensversicherungsbereich gab die Einführung von TwinStar neue Impulse für diesen Vertriebskanal. Die Aktivitäten im Jahr 2007 zielen insbesondere darauf, die guten Ergebnisse auf eine solide Basis zu stellen und die AXA noch stärker in den Fokus von Maklern und Mehrfachagenten zu rücken.

Im Bereich Bankenvertrieb ist es gelungen, die SEB AG auf Basis eines langfristig ausgelegten Kooperationsvertrages als bedeutenden bundesweiten Partner zu gewinnen. Seit Jahresbeginn vertreibt die SEB Bank exklusiv AXA Personenversicherungsprodukte über ihre 175 Filialen in Deutschland. Gleichzeitig bietet die führende skandinavische Bankengruppe über ihr Online-Angebot hierzulande ausgewählte Sachversicherungen aus dem AXA Produktportfolio wie die Kraftfahrtversicherung an. Ein Pilotprojekt Ende des Jahres 2006 zeigte bereits erste positive Ergebnisse der Kooperation, die im Jahr 2007 zu signifikanten Wachstumssteigerungen im Bankenvertrieb und deutlichen Verbesserungen im Einmalbeitragsgeschäft der Lebens- und Rentenversicherung führen soll.

Übergeordnetes Ziel für das Jahr 2007 sind weiterhin profitables Wachstum in allen Geschäftsbereichen sowie die kontinuierliche Verbesserung der Zusammenarbeit mit unseren Vertriebspartnern.

### **Bewährte Strategie der Produktdifferenzierung im Privatkundengeschäft**

Im Sachversicherungsgeschäft mit Privatkunden konnte die AXA Deutschland im Jahr 2006 trotz eines weiterhin intensiven Preis- und Konditionenwettbewerbes erneut zulegen. Das Beitragsaufkommen in der Kraftfahrtversicherung, der größten Sparte des AXA Konzerns in diesem Bereich, entwickelte sich sehr erfreulich und lag deutlich über dem Marktdurchschnitt. Mit breit angelegten Werbekampagnen in der für die Branche wichtigen zweiten Jahreshälfte, wenn die Kündigungsfristen der Kunden auslaufen, und zum Teil erheblichen Tarifabschlägen lieferten sich die Wettbewerber einen hart geführten Preiskampf. Die AXA Deutschland begegnete dieser Entwicklung mit ihrer seit dem Jahr 2002 bewährten Strategie der Produktdifferenzierung. Die Angebotspalette des Konzerns umfasst sowohl eine leistungsstarke Produktreihe für die serviceorientierten Kunden als auch eine attraktive Angebotslinie im Niedrigpreissegment für die preis sensible Klientel. Positiv wirkten zudem die im Jahr 2006 durchgeführten Neugeschäftsaktionen, die insbesondere auf die profitableren Segmente abzielten. Auch wenn sich – wie erwartet – der Preiswettbewerb im laufenden Jahr noch intensivieren wird, gehen wir davon aus, dass wir uns weiterhin vom Markt abheben, jedoch beim Stückzahlwachstum in der Kraftfahrtversicherung unter dem Vorjahreswert liegen werden.

Neben der Ausweitung des Neugeschäftes stand im Jahr 2006 in der Kraftfahrtversicherungssparte unter anderem auch die Optimierung der Kundenstruktur und der Schadenquote im Fokus. Den Anteil ertragsstarker Kundensegmente im Privatkundengeschäft erhöhten wir durch laufend optimierte Tarifierungskriterien, während unprofitable Vertragsverhältnisse durch konsequente Sanierung und strikte Annahmerichtlinien reduziert wurden. Ein solches Vorgehen ermöglicht es uns, in gewünschten Segmenten sehr

wettbewerbsfähige Preise anbieten zu können. Die Schadenquote lag wie schon im Vorjahr im Marktvergleich auf einem guten Niveau, fiel jedoch aufgrund des enormen Preisdrucks im Kraftfahrt-Flottengeschäft etwas höher aus als im Jahr 2005.

In den Sach- und Haftpflichtversicherungssparten des Privatkundengeschäftes setzte der AXA Konzern seinen positiven Trend des Vorjahres fort. Die Beitragseinnahmen legten auf vergleichbarer Basis (ohne die im Geschäftsjahr 2006 veräußerte DARAG) deutlich zu und bestätigten die Attraktivität der Produktpalette hinsichtlich Preis und Leistungsumfang. In der Vergangenheit problematische Versicherungszweige wie die Wohngebäudeversicherung haben inzwischen ein zufriedenstellendes Beitragsniveau erreicht, werden aber weiterhin fortlaufend überprüft und optimiert. Die gute Schadenquote des Vorjahres für diesen Bereich konnte erneut verbessert werden.

Wie schon im Jahr 2005 machte sich in der Unfallversicherung der verschärfte Preis- und Konditionenwettbewerb besonders stark bemerkbar und führte zu einer rückläufigen Beitragsentwicklung. Durch die Einführung der Unfall-Kombirente, eines bisher am Markt einzigartigen Produktes, sind wir zuversichtlich, im Jahr 2007 die geplante Trendwende in diesem Segment zu schaffen.

### **Neuausrichtung und Optimierung des Industrie- und Firmenkundengeschäftes**

Der Bereich Industrie- und Firmenkunden wurde im Jahr 2006 neu ausgerichtet und das Produktspektrum ergänzt. Mit der Einführung des Firmenproduktes Profi-Schutz bietet die AXA Deutschland ein neues Leistungspaket mit individuell kombinierbaren Modulen, das einfach und flexibel auf die Versicherungsbedürfnisse spezieller Kundengruppen wie Handwerker, Handel, Dienstleister oder freie Berufe abgestimmt werden kann. Gleichzeitig entlastet der standardisierte Verarbeitungsprozess unsere Vermittler und gibt ihnen mehr Raum für individuelle Beratung und Kundenservice. Die bislang guten Verkaufszahlen unseres neuen Kombi-Produktes stimmen uns zuversichtlich für das laufende Jahr.

Zu guten Produkten zählt ein guter Service, und das möglichst nah am Kunden. Mit bundesweit acht Einheiten des Firmen- und Industriekunden Service (FIKS) speziell für Vermittler in diesen Segmenten verfolgen wir einen dezentralen Ansatz mit fachkompetenter Betreuung vor Ort.

Dank unserer ausgewogenen Portfoliozusammensetzung und unserer Service- und Vertriebsstärke entwickelte sich das Industrie- und Firmenkundengeschäft trotz schwieriger Rahmenbedingungen besser als der Markt und konnte das Beitragsaufkommen stabil halten. Somit verlief das Firmensach- und Firmenhaftpflichtgeschäft trotz eines intensiven Preiswettbewerbes leicht positiv, wobei die Vermögensschaden-Haftpflichtversicherung eine Wachstumsrate von rund 6 % aufwies.

In der industriellen Sachversicherung dagegen konnte das Beitragsniveau des Vorjahres nicht gehalten werden. Trotz deutlich gestiegener Schadenaufwände und gleichzeitigen Drucks auf die Preisstruktur trug die Sparte jedoch nach wie vor deutlich zur Profitabilität des Geschäftsfeldes bei. Erneut positiv entwickelten sich die Technischen Versicherungen und die Transportversicherung. Beide Sparten verbesserten ihre Marktanteile. In der Technischen Versicherung stiegen die Beitragseinnahmen um rund 6 % gegenüber dem Vorjahr. Treiber des Wachstums waren sowohl das Projektgeschäft als auch die Technische Betriebsunterbrechungsversicherung, die von der Konjunkturerholung im vergangenen Jahr profitierten.

Im Bereich der Industrieversicherung blieb die AXA Deutschland im Jahr 2006 von Größtschäden verschont. Auch wenn die Aufwendungen für Schäden insgesamt zunahmen, konnte der Beitragsrückgang gering und die Schadenquote auf einem günstigen Niveau gehalten werden.







































































































































































































































































































































































