

Transformation auf Kurs: AXA investiert in Kundenbeziehung und strategisches Wachstum

- **Konsequente Umsetzung der Ambition 2020: Fokussierung auf präferierte Segmente**
- **Selektives Wachstum über Markt in strategisch wichtigen Segmenten der Sach- und der Krankenversicherung**
- **Deutlicher Anstieg des operativen Ergebnisses um rund 10 % auf 612 Mio. Euro**
- **Gleichzeitig weiterhin umfangreiche Investitionen in digitale Transformation**
- **Kunden- und Vertriebsorientierung bleibt Top-Priorität in 2019 - Weiterhin auf Kurs in den richtigen Geschäftsfeldern**

Im Geschäftsjahr 2018 hat AXA Deutschland („AXA“) wegweisende strategische Entscheidungen zur Umsetzung gebracht und wichtige Meilensteine der Strategie Ambition 2020 erreicht. Insbesondere der Umbau des Portfolios und die weitere Fokussierung auf strategisch wichtige Segmente standen im Mittelpunkt des abgelaufenen Geschäftsjahres.

Trotz der umfangreichen Investitionen in die digitale Transformation, gelang AXA Deutschland in 2018 eine deutliche Verbesserung des operativen Ergebnisses (Underlying Earnings) um 10 % auf 612 Mio. Euro. Auch der Jahresüberschuss nach IFRS (Net Income) verzeichnete einen deutlichen Anstieg um rund 14 % auf 708 Mio. Euro. Die Beitragseinnahmen des Versicherungskonzerns stiegen hierzulande leicht auf 10,7 Mrd. Euro, was auch vor dem Hintergrund des nach wie vor herausfordernden Marktumfelds und der Veräußerung einzelner Bestände aus dem Vorsorgeportfolio ein solides Ergebnis darstellt. Insbesondere die Sachversicherung (P&C) und die Krankenversicherung haben wesentlich zu dieser guten Entwicklung beigetragen.

Dr. Alexander Vollert, Vorstandsvorsitzender der AXA Konzern AG, erklärt dazu: „Mit dem Geschäftsjahr 2018 haben wir einige grundlegende Veränderungen in unserem Geschäftsportfolio vorgenommen und damit wichtige Weichen für die Zukunft gestellt. Wir sind gleichzeitig in unseren präferierten Geschäftssegmenten über Markt gewachsen und konnten unser operatives Ergebnis weiter steigern. Damit hat AXA auch die Kraft, weiter erheblich in die digitale Transformation zu investieren.“

Sachversicherung: Mehrheit an ROLAND zahlt sich aus

Ein deutliches Plus bei den Beitragseinnahmen verzeichnete die Sachversicherung. Deren Beitragseinnahmen stiegen mit dem Markt um 3,3 % auf rund 4 Mrd. Euro. Dazu trugen insbesondere die gewachsene Nettoproduktion im Industriegeschäft sowie die Akquisition weiterer Anteile an der ROLAND Rechtschutz bei, die weiteres vielversprechendes Wachstumspotential bietet. Obwohl 2018 eines der schwersten Sturmjahre der letzten 20 Jahre war, konnte AXA die Schaden-Kosten-Quote in 2018 mit 95,6 % sogar noch verbessern.

Kontinuierliches Wachstum in der Krankenversicherung

Auch in der Sparte Krankenversicherung stiegen die Beitragseinnahmen über Markt um 2,4 % an und lagen damit über 3,1 Mrd. Euro. Diese positive Entwicklung war insbesondere getrieben durch anhaltendes Wachstum im Kundensegment öffentlicher Dienst sowie in der internationalen und betrieblichen Krankenversicherung.

Leben: Selektives Wachstum im präferierten Geschäft

Im wichtigen Segment Leben konnte AXA Deutschland in den präferierten Produkten (Risikoabsicherung und neue Garantieprodukte) um 5 % gegenüber dem Vorjahr wachsen. Insgesamt sanken die Beitragseinnahmen im Segment Leben um 3,7 %, was hauptsächlich durch die Veräußerungen der ProbAV Pensionskasse und eines kleineren Bestands in der

fondsgebundenen Versicherung bedingt war. Ohne Berücksichtigung dieser Transfers gab es nur einen Rückgang von 1,1 %, der wiederum vor allem auf das ablaufbedingt geringere Geschäft mit klassischen Lebensversicherungen und ein reduzierteres Geschäft mit fondsgebundenen Einmalbeiträgen zurückzuführen ist. Damit hat das Unternehmen seine fokussierte Ausrichtung des Portfolios vollzogen. Der Fokus der AXA Lebensversicherung liegt jetzt auf den wachstumsstarken Feldern der betrieblichen Altersversorgung, dem Geschäft mit deckungsstockbasierten Produkten aber auch neuen digitalen Lösungen, zum Beispiel modernen Hybrid-Produkten oder in der Berufsunfähigkeitsversicherung.

Kunden- und Vertriebsorientierung bleibt Priorität

Für das laufende Jahr und 2020 stehen die konsequente Kunden- und Vertriebsorientierung im Fokus. Konkret wollen wir dabei insbesondere unsere ganzheitlichen technologiebasierten Angebotswelten in der Sachversicherung für Kleine und Mittlere Unternehmen (KMU) und in der Krankenversicherung ausbauen. Strategische Kooperationen und die Investitionen in eine moderne digitale Infrastruktur treiben wir ebenfalls weiter voran. Gleichzeitig haben wir bereits Anfang 2019 unsere Organisation deutlich stärker auf Vertriebs- und Kundenorientierung ausgerichtet. Durch die klare Trennung von Sparten und Vertrieb profitieren auch die Vertriebsorganisationen und gewinnen so mehr Freiraum für weiteres Wachstum. Damit sind wir bereits mit einem guten Wachstumsimpuls in das neue Jahr gestartet.

„Wir sind weiterhin auf Kurs in den richtigen Geschäftsfeldern. Wir wollen mit exzellentem Service, einem starken Vertrieb und innovativen Angeboten für unsere bestehenden Kunden – aber auch für noch mehr junge Menschen, Familien und Unternehmen – der richtige Partner sein, wenn es um Sicherheit geht.“, sagt Dr. Alexander Vollert.

AXA Deutschland im Geschäftsjahr 2018

*ab 2017 Zahlen ohne AXA ART

Weitere Informationen für die Presse:

Silvana HEROLD

Tel.: 0 22 1 / 1 48 - 2 41 13

E-Mail: medien@axa.de