



Pressemitteilung

Köln, 25. Februar 2021

AXA Deutschland kommt dank klarem Kurs stabil durch das Krisenjahr 2020 – Transformation zahlt sich aus

- AXA Deutschland („AXA“) bleibt dank Fokus auf strategisch priorisierte Geschäftsfelder auf Wachstumskurs
- Umsatz und Ergebnis liegen trotz Zusatzbelastung durch die Pandemie leicht über dem Vorjahr, auch dank geringer Schäden durch Naturkatastrophen
- Stringentes Kostenmanagement zahlt sich aus – für die Zukunft und weitere Folgen der Pandemie ist AXA Deutschland solide aufgestellt
- Fortgesetzte Investitionen in Digitalisierung und Transformation im Rahmen der Ambition 2020 sichern AXA den nötigen Handlungsspielraum für die Zukunft
- Mit der Strategie 2023 läutet AXA die nächste Phase der Transformation ein

AXA Deutschland schließt das Geschäftsjahr 2020 trotz der schwierigen Rahmenbedingungen mit einem soliden und erfreulichen Ergebnis ab. Der Fokus auf profitable Geschäftsfelder und die strategische Weichenstellung der letzten Jahre ermöglichen AXA den nötigen Handlungsspielraum, um ihren Versicherten und Mitarbeitenden die nötige Sicherheit in einer höchst unsicheren Zeit zu bieten. Das Geschäftsmodell erweist sich als äußerst robust. Insbesondere in der Krankenversicherung (+5%), aber auch in Vorsorge (+2%) stiegen die Beitragseinnahmen 2020 insbesondere durch Neugeschäft in den präferierten Geschäftsfeldern. Unterstützt durch Kostensenkungen konnte das operative Ergebnis nach Steuern (Underlying Earnings) leicht um 1,5% auf 582 Mio. Euro verbessert werden. Der Jahresüberschuss nach IFRS (Net Income) erhöhte sich um 7,0% auf 512 Mio. Euro, in erster Linie aufgrund von Veräußerungsgewinnen aus Aktien sowie einer günstigen Entwicklung aus Währungskursabsicherung.

AXA untermauert seine Rolle als Vorreiter der digitalen Transformation deutscher Versicherer und kann auch die Kundenzufriedenheit deutlich steigern. Dank der Digitalisierung und kulturellen Transformation im Rahmen der Strategie Ambition 2020 konnte AXA während der Pandemie schnell und pragmatisch auf Mitarbeiter- wie Kundenbedürfnisse eingehen. Bereits während der ersten Phase des Lockdowns baute AXA erfolgreich eine digitale Interaktion zu Mitarbeitenden, Kunden und Vertriebspartnern auf und konnte so weiterhin nah an den Versicherten sein. Auf den Bedarf der Kunden reagierte AXA schnell und pragmatisch mit flexiblen Lösungen, etwa durch Deckungsanpassungen, Beitragsstundungen, einem umfassenden Corona-Hilfspaket sowie kostenlose Deckungen für Familien und systemrelevante Berufe.

Dr. Alexander Vollert, Vorstandsvorsitzender der AXA Konzern AG, erklärte dazu: „Das Krisenjahr 2020 hat uns alle stark gefordert. Unsere Transformation hat es uns ermöglicht, schnell und effizient auf die aktuelle Krise zu reagieren und so Stabilität für unsere Kunden, Vertriebspartner und Mitarbeitenden zu



gewährleisten. Unser klarer Fokus auf die strategisch wichtigen Geschäftsfelder sowie unsere Kundenzentrierung waren die Grundlage unserer Resilienz in der Krise. Damit sind wir für die Zukunft und auch für die zukünftigen Folgen der Pandemie gut aufgestellt.“

Sachversicherung: deutliche Effekte durch Pandemie, kompensiert durch geringen Schadenaufwand aus Naturkatastrophen

Außergewöhnliche Belastungen aufgrund der Corona Pandemie kamen vor allem in der Sachversicherung zum Tragen. Insbesondere die Leistungen in der Betriebsschließungsversicherung wirkten sich spürbar auf das Segmentergebnis aus. Auch das Neugeschäft ging krisenbedingt zurück.

Diese Effekte wurden teilweise durch weniger Schäden aus Naturkatastrophen, einer geringeren Schadenfrequenz in der Kfz-Versicherung sowie Besserabwicklungen von Vorjahresschäden aufgefangen. Zudem wirkten sich kurz- und langfristige Effizienzmaßnahmen sowie ein gutes Krisenmanagement positiv auf das Gesamtergebnis aus.

Die Schaden-Kosten-Quote in P&C konnte folglich im Vergleich zum Vorjahr um 3,4%-Punkte auf 91,3% gesenkt werden.

Personenversicherung: stabiles Wachstum trotz Krise dank Fokus auf das Kerngeschäft

In der Krankenversicherung stiegen die Beitragseinnahmen um 5% auf 3.429 Millionen Euro, unterstützt durch das kontinuierliche Kundenwachstum im Segment Öffentlicher Dienst. Insgesamt wuchs die Anzahl der Versicherten in der Vollversicherung leicht auf 800 Tausend (+0,1%) und lag damit über Markt (-0,1%).

In Vorsorge stiegen die Umsätze ebenfalls leicht um 2%, vor allem dank eines starken ersten Quartals. Die Entwicklung ist dabei strategiekonform mit einem Wachstum im Bereich der Biometrieprodukte aber auch in modernen Hybridprodukten (+18%) bei einem Rückgang im traditionellen Geschäft mit Garantien (-1%).

Trotz krisenbedingter Einbußen wuchs das Neugeschäft insgesamt leicht um 1,6% auf 381 Millionen Euro APE (Annual Premium Equivalent) gegenüber dem Vorjahr.

Krise bestätigt die strategische Ausrichtung: Strategie 2023 läutet neue Phase der Transformation ein

Mit der Ambition 2020 hat AXA vor fünf Jahren einen umfassenden Transformationsprozess angestoßen und das eigene Geschäftsmodell auf die Mission „Wir geben Sicherheit“ ausgerichtet. Ziel war es, Kundenbeziehungen zu vertiefen, Effizienz und Effektivität zu steigern und im ganzen Unternehmen eine Kultur der Agilität zu verankern. Heute ist AXA im deutschen Versicherungsmarkt digitaler Vorreiter mit überdurchschnittlichem Wachstum in den präferierten Segmenten und einer deutlich verbesserten Kundenzufriedenheit, zugleich aber auch einer der profitabelsten Versichere und Arbeitgeber Nr. 1 in der Versicherungsbranche. Nicht zuletzt stellte auch die im gesamten Unternehmen gelebte Agilität eine wichtige Grundlage für die große Resilienz von AXA im Krisenjahr 2020.



Dr. Alexander Vollert: „Die Trends und Entwicklungen, die unsere erfolgreiche Transformation geprägt haben, wurden durch die Corona Pandemie noch einmal beschleunigt und verstärkt. Wir haben den richtigen Weg eingeschlagen und werden ihn mit der Strategie 2023 konsequent weiter gehen.“

Mit der Strategie 2023 will AXA Deutschland diesen Erfolgskurs fortsetzen und tritt in die nächste Phase der Transformation ein. Im Zentrum stehen weiterhin ein konsequenter Kundenfokus und der Ausbau einfacher, digitaler Kundeninteraktionen und -services. Ein Schwerpunkt wird dabei auf dem Ausbau eines Omnikanalmodells im Exklusivvertrieb liegen. Auch der Portfolioshift und der Fokus auf priorisierte Geschäftsfelder wird weiter vorangetrieben. Um diese Ziele zu erreichen, wird AXA auch zukünftig auf die agile Arbeitsweise setzen, Arbeitsprozesse noch stärker vereinfachen und die Fähigkeit zur mehrwertstiftenden Nutzung von Daten weiter stärken. Darüber hinaus setzt sich AXA Deutschland auch mit Blick auf die Themen Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung ambitionierte Ziele – etwa mit Blick auf Investments oder aber durch ambitionierte Diversity-Ziele.

**AXA Deutschland im Geschäftsjahr 2020**

(in Mio. €, in %)	31. Dezember 2020	31. Dezember 2019	Veränderung
Umsatz (nach Segmenten)			
Schaden- und Unfallversicherung	4.332	4.392	-1,4 %
Vorsorge	3.254	3.187	+ 2,1 %
Krankenversicherung	3.429	3.259	+ 5,2 %
Sonstige	9	25	-62,6%
Konzern	<u>11.025</u>	<u>10.862</u>	<u>+ 1,5%</u>
Schaden-Kosten-Quote (P&C) (All Years Combined Ratio)	91,3%	94,7%	- 3,4%-Punkte
Kapitalanlagen			
Bestand am Bilanzstichtag (ohne fondsgebundene Versicherung)	91.045	86.435	+6,0%
Ergebnisse (nach Steuern)			
Underlying Earnings	582	573	+1,5%
Net Income	512	479	+7,0%
Mitarbeiter			
Anzahl	8.438	8.687	- 2,8%

AXA in Deutschland

Der AXA Konzern zählt mit Beitragseinnahmen von 11 Mrd. Euro (2020) und 8.438 Mitarbeitenden zu den führenden Versicherungs- und Finanzdienstleistungsgruppen in Deutschland. Das Unternehmen bietet ganzheitliche Lösungen in den Bereichen private und betriebliche Vorsorge, Krankenversicherungen, Schaden- und Unfallversicherungen sowie Vermögensmanagement an. Alles Denken und Handeln des Unternehmens geht vom Kunden und seinen Bedürfnissen aus. Die AXA Deutschland ist Teil der AXA Gruppe, einem der weltweit führenden Versicherungsunternehmen und Vermögensmanager mit 160.000 Mitarbeitenden und Vermittlern sowie mehr als 108 Millionen Kunden in 57 Ländern.