

Bilanzpressekonferenz

ARAG Holding SE

Statement Dr. Dr. h. c. Paul-Otto Faßbender

Düsseldorf, den 15.06.2016

(Es gilt das gesprochene Wort)

Guten Morgen sehr geehrte Damen und Herren,

ich freue mich, dass Sie unserer Einladung zur Bilanzvorlage der ARAG Holding SE gefolgt sind und begrüße Sie gemeinsam mit meinen Vorstandskollegen sehr herzlich.

Wie Sie sehen, haben wir unseren Sitzungssaal ein wenig umgestaltet. Wir halten es nicht mehr für zeitgemäß, dass ein Vorstand von einem erhöhten Podest herab seine Weisheiten vermittelt. Distanz zu wichtigen Gesprächspartnern ist auch nicht das, was wir schätzen und anstreben.

Kommen wir zur Sache. Ich knüpfe an unser letztes Zusammentreffen im Dezember an – und an unsere damaligen Tendaussagen zum Geschäftsverlauf. Nach dem Schließen unserer Bücher wissen wir, dass sich der Konzern erneut klar besser entwickelt hat, als von uns erwartet. Die gute dynamische Geschäftsentwicklung der ARAG der vergangenen vier Jahre verfestigt sich zu einem belastbaren Trend – und dieser Trend hält auch im ersten Halbjahr 2016 an.

Wesentliche Eckpunkte dieser Entwicklung sind:

- Der ARAG Konzern wuchs erneut deutlich und klar stärker als im Vorjahr. Das Versicherungsgeschäft legte um 4,3 Prozent zu. Der Gesamtkonzern verzeichnete 4,7 Prozent mehr Beiträge und Umsätze
- Mit einem Plus von 2,6 Prozent war unsere Geschäftsentwicklung in Deutschland deutlich besser als die Marktentwicklung (+ 0,6 Prozent)
- Der Kundenbestand in Deutschland wuchs um 1,3 Prozent
- Wachstumstreiber waren die Sachsparten und die Krankenversicherung
- Die Zahl der Online-Kunden entwickelte sich erneut rasant (+ 28 Prozent)

- Die Entwicklung des internationalen Geschäftes mit einem Beitragsplus von 7,7 Prozent war klar besser als im Vorjahr
- Trotz Wachstumsstärke lieferte die ARAG eine sichtbare Verbesserung des versicherungstechnischen Gewinns um 9,1 Prozent

Der ARAG Konzern zeigte sich im Jahr 2015 in einer ausgesprochen guten Verfassung. Wir entwickeln uns in einigen Feldern klar besser als der Wettbewerb. Das ist das Ergebnis langjähriger präziser Arbeit, wie sie nur im Umfeld eines stabilen Familienunternehmens geleistet werden kann. Wenn wir von einer Idee überzeugt sind, dann werden wir nicht sofort nervös, falls Erfolge etwas auf sich warten lassen. Die sehr gute Aufstellung unseres Vertriebes ist dafür nur ein Beispiel. Wir setzen dabei klar auf die beratenden Vertriebswege und arbeiten nun mit nachprüfbar erfolgreichen Strategien sowohl in der eigenen Ausschließlichkeit als auch im Maklergeschäft.

Im gesamten Unternehmen haben wir national und international alles dafür getan, um nicht mehr zeitgemäße Strukturen zu überwinden und unsere Kräfte zu bündeln. Das ist für ein Unternehmen unserer Größenordnung essenziell. Wir dürfen uns nicht verzetteln. Absolute Professionalität ist dafür eine zwingende Voraussetzung. Ich bin stolz darauf, dass dieser Anspruch bei der ARAG keine Worthülse aus dem Managementhandbuch ist. Unsere Kennzahlen zeigen, dass wir auch liefern und leisten. Das ist der große Verdienst unserer wirklich hoch motivierten ARAG Belegschaft, die sich für ihre Kunden so erfolgreich ins Zeug legt. Dafür will ich ihr gemeinsam mit meinen Vorstandskollegen meinen Respekt ausdrücken.

Schauen wir uns die Kennzahlen des Jahres 2015 genauer an.

I. Geschäftsentwicklung

Stärkeres Wachstum national und international

Sowohl national als auch international befindet sich der ARAG Konzern auf Wachstumskurs. Das deutsche Versicherungsgeschäft steigerte seine Einnahmen um 2,6 Prozent, während die Marktentwicklung insgesamt deutlich schwächer ausfiel als im Vorjahr. Das internationale Geschäft bekräftigte wieder einmal seine Rolle als Wachstumsmotor, mit einem Beitragsplus von 7,7 Prozent. Alles in allem bauten wir das Versicherungsgeschäft der ARAG um 4,3 Prozent aus. Das ist erneut ein Spitzenwert im Mehrjahresvergleich. Die Beitragseinnahmen beliefen sich auf 1,65 Milliarden € gegenüber 1,58 Milliarden € im Vorjahr. Die Gesamteinnahmen des Konzerns wuchsen um 4,7 Prozent auf 1,72 Milliarden €. 34 Prozent unserer Beitragseinnahmen stammen aus den internationalen Märkten. Für einen deutschen Versicherer ist das eine hohe Internationalisierungsquote.

Auch im Berichtsjahr galt, was wir bereits für 2014 ausgewiesen hatten: Unsere Wachstumswahlen beruhen auf einem realen Bestandsausbau. Die ARAG gewinnt neue Kunden hinzu. Die Zahl unserer Policen erhöhte sich auf 6,6 Millionen Stück (Vorjahr 6,4 Millionen).

Kapitalanlagebestand wächst auf mehr als 6 Milliarden €. Bewertungsreserven abgesunken.

Im Umfeld der schwachen Kapitalmärkte des Berichtsjahres haben wir unseren Kapitalanlagebestand sehr dosiert dem Beitragswachstum angepasst und um 2,5 Prozent erhöht. Der Anlagebestand wuchs damit von knapp 6,0 Milliarden € auf 6,1 Milliarden €. Durch die Marktentwicklungen sind die Bewertungsreserven von sehr hohen 828 Millionen € auf 691 Millionen € abgesunken. Damit befinden wir uns aber immer noch auf einem fast doppelt so hohen Niveau als im Jahr 2013.

Sachsparten und Krankenversicherung sehr profitabel.

Konzern verdient international am stärksten

Der ARAG Konzern befand sich 2015 wie auch schon in den Vorjahren in einer durchaus komfortablen Situation. Das kontinuierliche Wachstum war stets mit einer guten operativen Ertragskraft verbunden. Mit Blick auf das deutlich gesteigerte Wachstumstempo des Unternehmens stellt sich natürlich die Frage, ob dadurch das versicherungstechnische Ergebnis beeinträchtigt wird. Hier können wir mit einem klaren Nein antworten. Das Gegenteil war der Fall. Die ARAG hat trotz des guten Geschäftsausbaus zugleich das versicherungstechnische Ergebnis um 9,1 Prozent von 60,6 Millionen € auf 66,1 Millionen € deutlich verbessern können. Dabei ist zu berücksichtigen, dass wir zusätzliche 5,7 Millionen € zuvor den Schwankungsrückstellungen zugeführt haben, während wir im Vorjahr 11,5 Millionen € den Schwankungsrückstellungen entnommen haben.

Das Zusammenspiel aus einer deutlichen Steigerung der Beitragseinnahmen und des operativen Ergebnisses drückt die Combined Ratio des ARAG Konzerns deutlich. Sie verbesserte sich von 95,5 Prozent auf 92,3 Prozent und zeigte damit den besten Wert der vergangenen zehn Jahre.

Das Ausbleiben von größeren Schäden in der Sachversicherung führte zu einem geringeren Schadenaufwand im Konzern. Die Aufwendungen in der Krankenversicherung sind leicht gestiegen. Die ARAG hat im Berichtsjahr ihren Kunden 974,6 Millionen € an Leistungen ausbezahlt. Im Vorjahr waren es 985,9 Millionen €. Die Schadenquote sank entsprechend von 62,9 Prozent auf gute 59,7 Prozent.

Die Aufwendungen für den Versicherungsbetrieb haben sich erwartungsgemäß erhöht. Hauptursachen dafür sind der mit dem Konzernwachstum verbundene geplante Mitarbeiterzuwachs sowie erhöhte Altersversorgungsaufwendungen. Die Kostenquote bleibt dabei mit 32,5 Prozent auf dem Niveau des Vorjahres (32,6 Prozent).

Etwas zugespitzt formuliert, sage ich: Als Versicherungsunternehmer könnte die Bilanzbetrachtung hier für mich enden. An diesem Punkt zeigt sich klar, ob das Geschäft, in das ich investiere, aus sich heraus profitabel ist oder nicht. Sowohl Combined Ratio als auch der versicherungstechnische Gewinn

zeigen die besten Werte der vergangenen zehn Jahre. Nüchtern betrachtet ist die ARAG versicherungstechnisch ausgesprochen belastbar aufgestellt – und das schon über lange Zeit. Wir wollen uns hier aber noch weiter verbessern. Als Unternehmer definiere ich damit meinen Gestaltungsspielraum und meine Unabhängigkeit gegenüber den Kapitalmärkten, die wir nun einmal nicht bestimmen können. So eine fremdbestimmte Rolle liegt mir nicht.

Unser internationales Geschäft ist dabei richtungsweisend. Gut 60 Millionen € wurden dort im technischen Ergebnis verdient – bei einem zugleich hohen Beitragszuwachs. Dieser starke Wert unterstreicht die außerordentliche Leistungsfähigkeit der ARAG, insbesondere auf den internationalen Märkten.

Dort, wo wir nicht unabhängig handeln können, lief es im Berichtsjahr klar anders. Die schwachen Kapitalmärkte sorgten für zinsbedingte Abschreibungen auf Wertpapiere und so für einen Rückgang des Kapitalanlageergebnisses von 273,5 Millionen € auf 211,0 Millionen €.

In der Folge sank das Ergebnis der normalen Geschäftstätigkeit von zuletzt 84,5 Millionen € auf 66,7 Millionen € im Berichtsjahr.

Der Steueraufwand blieb im Konzern mit 37,2 Millionen € hoch und auf dem Niveau des Vorjahres.

Diese Aufwände und das gesunkene Kapitalanlageergebnis ließen den Konzernjahresüberschuss vor Fremdanteilen auf 29,3 Millionen € absinken (Vorjahr 47,2 Millionen €).

Der ARAG Konzern verfügt über die komfortable Situation, dass er über die Verwendung seines Jahresüberschusses frei entscheiden und diesen vollständig zur Stärkung der Eigen- und Garantiemittel verwenden kann. Das ist ein zentraler Dreh- und Angelpunkt unserer Geschäftspolitik, den wir auch in diesem Jahr konsequent fortsetzen. Wir haben die Eigen- und Garantiemittel um 2,7 Prozent auf 6,17 Milliarden € erhöht, obwohl der Konzern im August 2015 nachrangige Verbindlichkeiten von 50 Millionen € zur ersten Fälligkeit voll zurückgezahlt hat. Der Konzernjahresüberschuss nach Abzug von Fremdanteilen und Dividenden wurde vollständig dem Eigenkapital zugeführt. Dieses erhöhte sich dadurch auf 426,5 Millionen €.

Als Mehrheitsaktionär fühle ich mich mit meinen Investitionen in die ARAG unverändert bestens aufgehoben. Trotz schwacher Kapitalmärkte und einer gleichzeitigen Stärkung unseres Eigenkapitals erwirtschaftete die ARAG eine Eigenkapitalrendite (nach Steuern) von 7,1 Prozent.

II. Segmente des Konzerns

Rechtsschutzgeschäft mit starkem Wachstumsschub und hohem Ergebnisbeitrag

Wenn wir uns mit den Gründen für die erfolgreiche Geschäftsentwicklung in 2015 beschäftigen, spielt das Rechtsschutzsegment als Kernsparte des Konzerns eine ganz entscheidende Rolle. Die größte Einzelsparte der ARAG verzeichnete ein Beitragsplus von knapp 55 Millionen €. Die Einnahmen der Sparte legten um 6,9 Prozent von 787 Millionen € auf 842 Millionen € deutlich zu. Die gute Beitragsentwicklung wurde vom internationalen und nationalen Geschäft getragen. Auf dem schwierigen deutschen Markt registrierten wir echte Wachstumsdynamik. Dort stiegen unsere Einnahmen im selbst abgeschlossenen Geschäft von 291,2 Millionen € auf 308,9 Millionen € klar um 6 Prozent und ließen den Markt mit seinen durchschnittlichen 4 Prozent deutlich hinter sich. Unser Marktanteil in Deutschland bewegte sich weiter in die richtige Richtung von 8,5 Prozent auf 8,9 Prozent. Die Bruttobeitragseinnahmen erreichten 330,5 Millionen € nach 312,5 Millionen € im Vorjahr.

Außerhalb Deutschlands wuchs die ARAG ebenfalls signifikant – um 7,7 Prozent von 474,8 Millionen € auf 511,2 Millionen €. Besonders erfolgreich entwickelte sich das Geschäft in Spanien, Skandinavien und in den USA. In den weiteren großen Märkten in Italien und den Niederlanden bauten wir ebenfalls das Geschäft aus, wenn auch nicht ganz so stark.

Der Schadenaufwand im Rechtsschutzsegment blieb mit 426,8 Millionen € etwa auf dem Vorjahresniveau (427,1 Millionen €). Die Schadenquote sank von 54,6 Prozent auf 51,4 Prozent. Die Kostenquote im Segment belief sich auf 44,2 Prozent gegenüber 43,0 Prozent im Vorjahr. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass das Rechtsschutzsegment bei uns der Kostenträger des gesamten

Konzerns ist und auch die internationalen Holdingfunktionen umfasst. Aufgrund unserer besonderen Geschäftsaufstellung gibt es hierzu in der Branche kein vergleichbares Modell. Entsprechend sorgten unsere Geschäftsausweitung im Rechtsschutz und im gesamten Konzern sowie die Anpassung von Altersversorgungsaufwendungen im Konzern zu einer deutlicheren Kostenlast in diesem Segment.

Das versicherungstechnische Ergebnis haben wir im Rechtsschutz dennoch von 22,5 Millionen € auf 36,2 Millionen € spürbar gesteigert. Dies beruht ausschließlich auf unserem sehr ertragsstarken internationalen Geschäft. Aufgrund der schwächeren Kapitalmärkte sank das Ergebnis der normalen Geschäftstätigkeit von 43,9 Millionen € auf 37,2 Millionen € ab.

Kompositsegment weiter auf Erfolgskurs

Das Sachversicherungsgeschäft außerhalb des Rechtsschutzes bündelt der Konzern in seinem Kompositsegment unter dem Dach der ARAG Allgemeine Versicherungs-AG. Lange Jahre litt dieses Segment ebenfalls unter einem schleichenden Beitragsverlust. Auch hier läuft der Turnaround seit zwei Jahren wie gewünscht. Das Geschäft wächst und ist operativ zugleich sehr profitabel. Die Beitragseinnahmen stiegen um 3,3 Prozent von 238,8 Millionen € auf 246,6 Millionen €. Die Investitionen in das Produktportfolio kommen beim Verbraucher sehr gut an. Den Ausstieg aus dem Kraftfahrtgeschäft hat das Segment jedenfalls sehr gut verkraftet. Im Berichtsjahr hat der Orkan „Niklas“ punktuell erhebliche Schäden verursacht und bei uns die Zahl der Schadenmeldungen um 28 Prozent ansteigen lassen. Dennoch sorgte das Beitragswachstum für ein deutliches Absinken der Schadenquote von 56,1 Prozent auf 52,5 Prozent. Aufgrund einer Zuführung zur Schwankungsrückstellung von 4,3 Millionen € erzielte das Segment einen versicherungstechnischen Gewinn von 12,6 Millionen € nach 19,2 Millionen € im Vorjahr.

Im Berichtsjahr hat die ARAG Allgemeine als führender Sportversicherer in Europa und größter Förderer der deutschen Sportunfallforschung mit ihren Partnern im Sport die „Stiftung Sicherheit im Sport“ gegründet. Die Bedeutung dieser Neugründung zeigt sich bereits an der erfolgreichen und aktiven Einbindung des Deutschen Olympischen Sportbundes (DOSB) in

die Stiftung. Jährlich zwei Millionen Sportunfälle in Deutschland sind zu viel. Hier werden wir durch die Stiftung unseren Beitrag leisten, diese Zahl zu verringern.

Krankenversicherungssegment erneut besser als der Markt durch starkes Teilkostengeschäft

Das Krankenversicherungssegment der ARAG festigte im Berichtsjahr seine Sonderrolle als hochwertiger Teilkostenversicherer auf dem deutschen Markt. Aufgrund der exzellenten Qualität von Produkten und Services gehört die ARAG Krankenversicherung zu den besten Anbietern im Bereich der Teilkostenversicherungen und profitiert klar von dieser Spezialisierung: 81 Prozent unserer Kunden haben sich für unsere Zusatzversicherungen entschieden. Während das Vollversicherungsgeschäft der ARAG – wie im Gesamtmarkt auch – praktisch stagnierte, konnten wir unseren Kundenbestand in der Teilkostenversicherung um 4 Prozent ausbauen. Mit einem Beitragszuwachs von insgesamt 2,1 Prozent arbeitet die ARAG im Krankenversicherungssegment besser als der Markt (1,5 Prozent). Die Beitragseinnahmen lagen bei 347,5 Millionen € nach 340,5 Millionen € im Vorjahr. Wie bei den Sachversicherungen gilt auch für die Krankenversicherung: Wir wachsen mit guten und belastbaren versicherungstechnischen Gewinnen. Aufgrund des trotz Rekordjahresüberschusses gegenüber dem Vorjahr gesunkenen Steueraufwandes konnten mehr Mittel der RfB zugeführt werden, wodurch das versicherungstechnische Ergebnis von 18,1 Millionen auf 14,5 Millionen € sank. Aus einem verbesserten Rohüberschuss von 61,5 Millionen € (Vorjahr 57 Millionen €) wurden 86 Prozent der Rückstellung für Beitragsrückerstattung zugeführt.

LVRG-Effekt in der Lebensversicherung geringer als erwartet

Für unsere Lebensversicherungssparte hatten wir direkt zur Einführung des Lebensversicherungsreformgesetzes (LVRG) beschlossen, den Vorgaben des Gesetzgebers in vollem Umfang und ohne „Salami-Taktik“ zu folgen. Entsprechend hatten wir die Vorfinanzierungskosten angepasst und zum 1. Januar 2015 in neu kalkulierten Tarifen umgesetzt. Wir haben unsere Partner in den

Vertrieben klar und offen über unser Vorgehen informiert. Entsprechende Prämieinbußen waren eingeplant. Das Jahr 2015 verlief aber besser als erwartet. Die Prämieinnahmen sanken in diesem Segment um lediglich 0,6 Prozent und damit nicht so stark wie angenommen. Sie beliefen sich auf 220,3 Millionen € gegenüber 221,6 Millionen €. Die Beitragssumme des Neugeschäftes zeigte demgegenüber schon deutlichere Auswirkungen. Hier wies das Lebensversicherungsgeschäft einen Wert von 461 Millionen € nach 687,2 Millionen € im Vorjahr aus. Trotz dieses deutlichen Rückgangs des Neugeschäftsvolumens bleiben wir konsequent bei unserer Linie, keine kurz laufenden Einmalbeiträge zu zeichnen. Aus einigen Gesprächen in Berlin habe ich gelernt, dass die Fachpolitiker sich eine deutlich andere Umsetzungsgeschwindigkeit beim LVRG von der Branche wünschen. Die ARAG hat jedenfalls geliefert, auch wenn das dadurch entgangene Neugeschäft schon deutlich ins Gewicht fällt. Dies ist umso bedauerlicher, als dass wir bereits vor mehr als zehn Jahren einen strategischen Kurswechsel weg von Klassikprodukten, hin zu Fonds-Policen vollzogen haben. Der Rohüberschuss belief sich auf 4,2 Millionen € (Vorjahr 13,5 Millionen €) und wurde vollständig der Rückstellung für Beitragsrückerstattung zugeführt. Die Dotierung der Zinszusatzreserve fiel mit 35,9 Millionen € geringer aus als im Vorjahr (43,4 Millionen €).

Unternehmenserfolg beruht auf exzellenter Belegschaft.

Mannschaft wächst international

Der Ausbau unseres Geschäftsvolumens bei einer gleichzeitigen Verbesserung unseres versicherungstechnischen Ergebnisses zeigt, dass die ARAG ihr Geschäft national und international effizient führt. Das ist nur mit einer sehr leistungsbereiten und hoch motivierten Belegschaft machbar. Dort investieren wir gezielt, weil die ARAG als Arbeitgeber zugleich viel fordert und verlangt. Dadurch entwickelt sich die ARAG zu einem sehr attraktiven Arbeitgeber in der Branche. Unsere klare strategische Ausrichtung, unsere moderne Unternehmens- und Führungskultur sowie unser Geschäftserfolg geben einen transparenten und verlässlichen Rahmen vor.

Aufgrund unseres starken internationalen Wachstums stieg die Zahl unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von 3.713 auf 3.870. Ein kleiner Vergleich am Rande sei mir gestattet: Vor etwas mehr als zehn Jahren beschäftigte die ARAG noch 4.300 Mitarbeiter bei deutlich geringeren Prämieeinnahmen.

III. Ausblick 2016. ARAG mit starkem ersten Halbjahr und modernem Markenzeichen

Die erfolgreiche Geschäftsentwicklung der Jahre 2014 und 2015 wird sich auch in 2016 fortsetzen. Dafür spricht die Entwicklung des ersten Halbjahres. Im Konzern werden die Beitragseinnahmen in den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres um 4,3 Prozent auf 890 Millionen € zulegen (Vorjahreszeitraum: 853,2 Millionen €). Das ist das stärkste erste Halbjahr für die ARAG seit mehr als zehn Jahren. Die Entwicklung wird vom nationalen und internationalen Geschäft getragen.

Außerhalb Deutschlands bleibt der Geschäftsverlauf positiv dynamisch. Unsere Einnahmen dort werden um 6,7 Prozent auf 320 Millionen € zulegen. Auf unseren großen Märkten verzeichnen vor allem Spanien und Italien starke Zuwächse von 10,5 beziehungsweise 22,2 Prozent. In den USA zeigt die ARAG ebenfalls ein sehr gutes Halbjahr mit 9,3 Prozent Wachstum. In UK haben sich unsere Einnahmen sogar um knapp 30 Prozent rasant gesteigert.

Auf dem deutschen Markt bleibt die ARAG ebenfalls auf einem Wachstumspfad oberhalb der Marktentwicklung. Dort werden unsere Einnahmen im ersten Halbjahr 2016 um 3,1 Prozent von 553,7 Millionen € auf 570,7 Millionen € zulegen. Das deutsche Rechtsschutzgeschäft zieht mit 6,5 Prozent nochmals deutlich an; ebenso das Kompositgeschäft mit einem Plus von 5,4 Prozent. Auch das Krankenversicherungsgeschäft bleibt mit einem Zuwachs von 2,7 Prozent wachstumsstark. In der Lebensversicherung werden die Beitragseinnahmen aufgrund des LVRG-Effektes planmäßig geringer ausfallen.

Im Rechtsschutzgeschäft sind derzeit etwa 1.500 Schadenmeldungen von **VW-Kunden** bei uns eingegangenen. Das entspricht unseren Erwartungen. Nachdem die ersten Gerichte ihre Urteile in dieser Sache gefällt haben, sehen wir unsere

Rechtsauffassung bei der Bearbeitung von Kundenansprüchen bestätigt. Die Erfolgsaussichten für Kläger, einen Schadenersatz direkt ohne Einräumung einer Mängelbeseitigung einzufordern, erscheinen weiterhin sehr gering. Auch mit Blick auf mögliche Vergehen anderer PKW-Hersteller lässt sich ein zu erwartender Schadenaufwand noch nicht seriös abschätzen. Die vielfach vorhergesagte Klagewelle können wir aktuell jedoch noch nicht erkennen.

Das Thema **Digitalisierung** steht derzeit zentral im Fokus unserer Branche. Für unser Haus sehen wir in diesem Zukunftsthema eine große Entwicklungschance und Herausforderung zugleich, die wir bereits mit großem Einsatz umsetzen. Die Digitalisierung geht in ihren Veränderungen weit über eine Modernisierung von IT-Systemen hinaus. Es gilt, zusätzliche Vertriebs-, Service-, und Kommunikationswege für den Verbraucher zu öffnen. Wir haben den größtmöglichen Kundennutzen bei der Gestaltung von modernen Versicherungsleistungen im Blick. Unser Ziel ist es nicht, so digital wie möglich zu sein, sondern so smart wie möglich im Interesse der Verbraucher zu handeln. Wir wissen, dass es keinen lupenreinen Online-Kunden gibt. Je nach Produkt, Zielgruppe und auch Stimmungslage schließt der Verbraucher online ab – sucht aber auch die persönliche Beratung. Letztlich geht es uns darum, dem Verbraucher einen leichten und barrierefreien Zugang zu unseren Leistungen zu verschaffen und zwar über den Zugangsweg, den der Kunde wünscht – und nicht über den Weg, den wir für richtig halten.

Das ist mit Agilität durch Schnelligkeit und Innovationsfreude gut zu leisten. Ich bin unverändert davon überzeugt, dass wir durch das Internet den strukturellen Wettbewerbsnachteil, den die ARAG als eher mittelständischer Versicherer gegenüber Großkonzernen hat, in einen Vorteil ummünzen können. Daran arbeiten wir mit Hochdruck. Dies leisten wir innerhalb unserer vorhandenen Organisation. Unsere moderne Unternehmens- und Führungskultur ist leistungs- und innovationsgetrieben. Sie verträgt nicht nur den digitalen Wandel; sie fordert ihn sogar.

Wir arbeiten an einer ganzen Fülle von Themen, die zum Ziel haben, dem Kunden auch digital schnell und einfach weiterzuhelfen. Wir konzentrieren uns dabei auf konkrete nutzenstiftende Services – Lösungsangebote eben, die der Verbraucher sofort ausprobieren kann.

Wir haben eine umfangreiche Digitalisierungs-Roadmap erstellt, die wir abarbeiten. Der Kundenchat rund um die Uhr gehört mittlerweile zum Standardservice. Ebenso kommt unser Online-Schadentracking für Kunden und Rechtsanwälte im Rechtsschutz und Kompositsegment richtig gut an. Neuerdings bekommen unsere Kunden auf Wunsch ihre Schadennummer auch direkt per SMS zugeschickt. Im Vertrieb wurde unsere Beratungs-App für unsere Ausschließlichkeit mit mehreren neuen Funktionen erweitert. So kann unser ARAG Privat-Rechtsschutz nun auch papierlos direkt über Tablet verkauft werden.

Neu bei der ARAG und neu im Markt sind unsere alternativen Bezahlverfahren, die wir Rechtsschutzkunden beim Onlinekauf anbieten. Über Kreditkarte sowie Paypal kann der Kunde direkt bezahlen und auch seine wiederkehrenden Beitragszahlung über diese Bezahlform unproblematisch abwickeln. Wenn sich dieses Angebot bewährt, werden wir es zudem für Kunden in anderen Sparten anbieten.

Meine Vorstandskollegen und ich gehen später gerne noch auf Ihre Fragen zu weiteren Aktivitäten im Bereich der Digitalisierung ein.

Wichtig ist: Unsere vielfältigen Aktivitäten sind keine technischen Spielereien, sondern liefern messbare Ergebnisse. Die hohe Online-Affinität der ARAG wird vom Verbraucher honoriert. Unser Bestand an Online-Kunden wuchs in 2015 wie schon erwähnt um 28 Prozent. Seit Jahresbeginn kletterte er um weitere knapp 10 Prozent. Aktuell gehen wir von ca. 200.000 Online-Kunden im deutschen Geschäft aus. Das sind 9 Prozent unseres nationalen Gesamtkundenbestandes. Vor einem Jahr lag diese Quote noch bei 7,4 Prozent. Das zeigt, dass die ARAG an diesem Punkt Ernst macht. Es zeigt aber auch, dass wir noch über ein großes Entwicklungspotenzial in diesem Bereich verfügen. Die Zukunft hat bei uns schon begonnen.

Zu unserer digitalen Kompetenz gehört es auch, dass wir uns in einem zunehmenden Maße mit den gesellschaftlichen Herausforderungen der Digitalisierung beschäftigen. Vor zwei Wochen haben wir in Berlin den **ARAG Digital Risks Survey** vorgestellt. Es handelt sich dabei um die erste länderübergreifende Trendanalyse zum Thema Cybergewalt. Wir müssen erkennen, dass durch die weitgehend verharmloste

Cybergewalt Handlungsmuster erlernt und angewendet werden, die auf eine systematische Verletzung von Persönlichkeitsrechten hinauslaufen. Wir haben es nicht mehr mit einem begrenzten Jugendphänomen zu tun, sondern mit einem breit gefächerten gesellschaftlichen Problem. Hier ist nach Ansicht internationaler Experten die Grenze des Zumutbaren erreicht. Der von uns geforderte Notfallbutton auf den Seiten sozialer Netzwerke und Plattformen kann dabei nur ein erster Schritt sein. Wir werden dieses Thema weiter sehr eng begleiten und unsere Expertise bereitstellen, um die Rechte Einzelner im Netz besser zu schützen. Zu einer nachhaltigen digitalen Kompetenz gehört es auch, sich mit diesen weitreichenden gesellschaftlichen Themen gründlich zu beschäftigen.

Meine Damen und Herren,

der Geschäftsverlauf 2015 und der sehr gute Jahresbeginn 2016 dokumentieren, dass sich der ARAG Konzern in einer wirklich guten Form befindet. Wir setzen bei der ARAG auf die präzise Arbeit im Detail und dabei zeigen wir eine geschlossene Mannschaftsleistung. Unsere Kunden profitieren von einem ausgewogenen Zusammenspiel aus Top-Serviceleistungen, einem sehr guten Schadenmanagement, innovativen Produkten, beratungszentrierter Vertriebsarbeit sowie einer modernen Markenpräsenz in enger Abstimmung mit einer klaren strategischen Ausrichtung. Es erfordert gründliche und kontinuierliche Verbesserungsprozesse, bis alle diese Zahnräder wirksam ineinander greifen. Jetzt ist der Konzern wirklich gut kalibriert, um noch besser leisten und liefern zu können.

Dazu gehört es auch, dass wir unser bewährtes Markenzeichen behutsam, aber dennoch sehr gründlich modernisiert haben. Wir haben dabei die Schwerter aus dem Logo entfernt. Damit dokumentieren wir den gründlichen Wandel des Konzerns. Althergebrachte Waffensymbolik passt nicht mehr zu einem modernen, internationalen Qualitätsanbieter. Das neue Logo ist kräftiger, moderner und leuchtender. Diese Strahlkraft sollte ein Markenzeichen auch haben.

Meine Damen und Herren,

auch wenn es für uns gerade gut läuft; für unternehmerischen Stillstand gibt es keinen Anlass, denn wir haben klare Ziele. Bis zum Jahr 2020 wollen wir im Konzern nach meiner Zielsetzung 2 Milliarden € einnehmen. Zudem zeigt die sehr erfolgreiche Geschäftsentwicklung, dass wir uns noch stärker international aufstellen müssen. Ein Anteil von mindestens 40 Prozent des internationalen Geschäftes an den Konzernbeitragseinnahmen ist erforderlich, um das Unternehmen ausreichend zu diversifizieren.

Unsere Kennzahlen zeigen mehr als deutlich, dass die ARAG durch ihren Schwerpunkt im Sachversicherungs- und Krankenversicherungsgeschäft sehr gut aufgestellt ist. Dort liegen die Zukunftsfelder für den Konzern. Mit unserer Aufstellung besitzen wir zudem in der dauerhaften Tiefzinsphase einen positiven Wettbewerbsfaktor, den andere Unternehmen so nicht vorweisen können. Das hat konkrete Gründe. Während die Tiefzinspolitik natürlich die deutsche Lebensversicherung massiv schwächt, stärkt sie aber zugleich unsere Marktposition international, insbesondere in Südeuropa. Unser strategisches Modell der zweidimensionalen Diversifizierung – national und international – gibt der ARAG Dynamik, weil es uns erlaubt, sogar von einer Tiefzinspolitik zu profitieren. Unsere große Herausforderung für die Zukunft wird darin bestehen, diese positive Entwicklungsdynamik aufrechtzuerhalten. Ich wiederhole mich an diesem Punkt: Wir machen noch zu wenig aus den Stärken der ARAG und den sich bietenden Zukunftschancen. Das Unternehmen ARAG hat das Potenzial, in der Zukunft noch mehr im Interesse unserer Kunden zu leisten. Das ist unser klarer Anspruch und prägt weiterhin unser Handeln.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!