

Kunden & Märkte

Das gewisse Extra: Partner mit Qualität

Neben attraktiven Produkten und erstklassiger Performance ist für den Kunden heute vor allem der individuelle Zusatznutzen entscheidend. UNIQA entspricht dieser Anforderung an qualitative Differenzierung mit einer breiten Palette an innovativen Service-Tools.

■ Breites Portfolio an Kundenvorteilen

Die vielfältigen, meist kostenlos angebotenen UNIQA Vorteilspakete schaffen für den Kunden attraktiven Mehrwert. Sie emotionalisieren die Versicherung als Gesamtlösung für den Kunden und erhöhen dadurch die Bindung an das Unternehmen. UNIQA beweist damit hohe Kompetenz in der Entwicklung von Produkten mit Zusatznutzen und Alleinstellungsmerkmalen im Markt. Dies stärkt das Markenimage und unterstützt sowohl die Akquisition von Neukunden als auch gezieltes Cross-Selling im Sinn der Vollkunden-Strategie.

■ Die UNIQA QualitätsPartnerschaft – VIP-Betreuung inklusive

Eines der zentralen Instrumente zur Kundengewinnung und -bindung ist die seit 2003 bestehende UNIQA QualitätsPartnerschaft. Als einzigartiges Versicherungs- und Servicepaket verbindet sie exklusive Betreuung und vollkommene Transparenz über alle Versicherungsverträge und Zahlungsströme mit einer interessanten Palette an spezifischen Vergünstigungen. Sie reichen von einem „Schadenfrei-Bonus“ über umsatzabhängige Vorteile ähnlich einem Vielflieger-Programm bis hin zur Mitgliedschaft im UNIQA VitalClub. Von diesen Vorteilen profitieren bereits mehr als 400.000 Kunden.

QualitätsPartnerschaft – attraktiv in jeder Beziehung

- Automatische Mitgliedschaft im UNIQA VitalClub, Österreichs größtem Gesundheitsprogramm mit über einer Mio. Mitgliedern
- Schadenfrei-Bonus: Bei Schadenfreiheit Prämienrückerstattung bis zu 200 € jährlich in bar
- Garantierte Aktivbetreuung durch einen Exklusiv-Betreuer
- Jährliches „Polizzenservice“ – Aktualisierung und Anpassung des Versicherungsschutzes an veränderte Lebensumstände
- PartnerConto als „finanzielle Drehscheibe“
- PartnerPunkte Programm: attraktive Leistungen aus dem Gesundheits- und Sicherheitsbereich bis hin zu Gutscheinen für Sport- oder Thermenaufenthalte
- myUNIQA.at – die QualitätsPartnerschaft rund um die Uhr online im Zugriff

■ „Mein sicherer Vorteil“ bei der Raiffeisen Versicherung

Weiter zunehmender Beliebtheit erfreut sich auch das von der Raiffeisen Versicherung – Österreichs führendem Bankversicherer – angebotene Kunden- und Serviceprogramm „Mein sicherer Vorteil“. Für Kunden mit mindestens zwei Versicherungsverträgen in verschiedenen Sparten bietet es einen Prämiennachlass bei Schadenfreiheit von 5% und ab drei Verträgen von 10% sowie weitere Sonderleistungen wie beispielsweise eine prämienfreie Ablebensversicherung. 2008 wurde für Vorteilskunden der Raiffeisen Versicherung auch der bereits bei UNIQA erfolgreich angebotene und kostenlose Unwetterwarndienst per SMS bzw. E-Mail eingeführt. Über mein.raiffeisen.at besteht weiters voller



„Qualität in der Kundenbindung ist eines unserer Erfolgsgeheimnisse. Die Basis dafür: Ein breites Portfolio an Vorteils- und Servicepaketen, die unseren Kunden individuellen Mehrwert bringen. Damit wird Versicherung hautnah erlebbar.“

Zugriff auf alle bestehenden Vertragsdaten. Bisher haben sich bereits rund 150.000 Kunden für die Teilnahme an diesem attraktiven Vorteilsprogramm entschieden.

■ Der UNIQA Companion – immer an der Seite des Kunden

Umfassende Betreuung und Hilfeleistung für die Kunden über die reine Versicherung hinaus – dieser Gedanke liegt dem im Jahr 2007 eingeführten internationalen Servicepaket UNIQA Companion zugrunde. In Erfüllung ihres Anspruchs auf einzigartige Lösungskompetenz, dauerhafte Kundenbeziehungen und höchste Qualität hat UNIQA mit diesem neuartigen Assistance-Angebot ihre Marken- und Vorteilswelt um ein wichtiges Element erweitert. Gleichzeitig festigte sie damit ihre Stellung als Themenführer im Markt und als Pionier in Sachen Customer Care.

Bereits für mehr als vier Mio. UNIQA Kunden ist der UNIQA Companion ein zuverlässiger Begleiter im Alltag. Kostenfrei und ohne gesonderte Anmeldung eröffnet er allen Angehörigen der UNIQA Familie in Zentral-, Ost- und Südosteuropa Zugang zu produktunabhängigen Informationen über die Themen Mobilität, Soziales, Haushalt, Gesundheit und Lifestyle. Der weit gespannte Bogen reicht dabei von Auskünften über Rechts- und Steuerfragen im Kfz-Bereich über Auskünfte zu Fahrplänen, Wetterlage, Treibstoffpreisen, Wechselkursen oder Apotheken- und Ärztebereitschaften bis hin zu Tipps für Restaurants oder aktuelle Events.

Angeboten wird diese grenzüberschreitende Hilfestellung persönlich in 70 ausgewählten Service Points oder telefonisch an 365 Tagen im Jahr rund um die Uhr. Selbstverständlich können die Kunden die Companion Hotline jeweils in ihrer Muttersprache konsultieren.

UNIQA Companion – Begleiter in allen Lebenslagen

- Kostenfreie Informations- und Organisationsleistungen
- One-Stop-Shop-Prinzip: eine Anlaufstelle für verschiedenste Themen
- Breite Information zu den Bereichen Mobilität, Soziales, Haushalt, Gesundheit und Lifestyle
- Automatisch zugänglich und gratis für alle UNIQA Kunden
- Grenzüberschreitend im In- und Ausland
- Telefonisch oder persönlich an 70 UNIQA Service Points in sieben Ländern
- Companion Hotline an 365 Tagen von 0 bis 24 Uhr

■ Attraktives Zusatzservice: Unwetterwarnung per SMS und E-Mail

Ausgesprochen bewährt hat sich seit ihrer Einführung im Jahr 2004 die elektronische Unwetterwarnung von UNIQA. Rund 260.000 Privatkunden und 1.200 Gemeinden nutzen mittlerweile dieses innovative Service und werden regelmäßig durch Akutwarnungen per SMS und E-Mail auf drohenden Starkregen, Hochwasser oder Sturm aufmerksam gemacht. Zusätzlich entspricht UNIQA ihrer Rolle als Versicherungspartner mit Empfehlungen zur Schadenvermeidung. So wurden im Jahr 2008 aufgrund der großen Sturmereignisse „Paula“ und „Emma“ über 3,3 Mio. Warnungen an UNIQA Kunden versendet.



Bereits zum dritten Mal erhielt der UNIQA VitalClub 2008 den DISKUS, den Preis der Österreichischen Sportwirtschaft für Verdienste um die Verbindung von Sport und Wirtschaft.

Ein wesentlicher Vorteil der Unwetterwarnung besteht darin, dass die Kunden nicht wie üblich Prognosen für eine größere Region, sondern für ihren konkreten Wohn- oder Urlaubsort erhalten. Um dies sicherzustellen, werden laufend Daten von rund 180 Wetterstationen exakt ausgewertet.

Als Zusatzservice richtet UNIQA im Fall von Sturmwarnungen gemeinsam mit der Raiffeisen Versicherung anlassbezogen kostenfreie Telefon-Hotlines ein. Hier erhalten die Kunden Expertenberatung in Versicherungsfragen sowie rasche Hilfe bei der korrekten Aufnahme von Schadenmeldungen. Seit Anfang 2009 wird die Unwetterwarnung auch bei UNIQA in Ungarn eingesetzt und soll in den kommenden Jahren auch in weiteren Auslandsmärkten starten.

■ **Der UNIQA VitalClub – Österreichs größtes Programm für Lifestyle und Vitalität**

Rund einer Mio. Mitgliedern bietet der UNIQA VitalClub eine Reihe attraktiver Angebote in den Bereichen Bewegung, Ernährung, Mentales, Energie und Umfeld. UNIQA entspricht mit diesem Service ihrer Verantwortung als österreichischer Marktführer in der Krankenversicherung und verfügt damit gleichzeitig über ein hoch effektives Kundenbindungsinstrument. 2008 wurde diese Initiative von UNIQA bereits zum dritten Mal mit dem DISKUS, dem Preis der Österreichischen Sportwirtschaft für Verdienste an der Schnittstelle zwischen Sport und Wirtschaft, ausgezeichnet.

Zentrales Feature des VitalClub ist der UNIQA VitalCoach – ein ganzheitlich orientierter, persönlicher Betreuer für Wohlbefinden, Bewegung, richtige Ernährung, mentale Fitness und das vitale Umfeld. Insgesamt 100 derartige ExpertInnen in ganz Österreich fungieren als kompetente AnsprechpartnerInnen der Kunden und unterstützen sie bei der aktiven Erhaltung bzw. Förderung ihrer Gesundheit und ihrer Vitalität. Neben der Beratung durch die VitalCoaches steht eine breite Palette an Möglichkeiten

offen, von attraktiven VitalSeminaren über die VitalTour bis zur kostenlosen UNIQA VitalEdition mit umfangreichen Informationen und Tipps zu Gesundheitsthemen. Parallel dazu fördert UNIQA im Rahmen des VitalClubs eine Fülle von Einzelprojekten betrieblicher Gesundheitsförderung.

■ **Das UNIQA TopConto – finanzielle Drehscheibe für alle privaten Versicherungen der Kunden von Maklerpartnern**

Etwa 40.000 Kunden österreichischer Makler nutzen bereits die Vorteile des UNIQA TopConto. Es bringt – neben der Mitgliedschaft im VitalClub und dem automatischen Bezug der UNIQA Unwetterwarnung – vor allem hohen Komfort bei der finanziellen Gestion des privaten Versicherungsportfolios. Nur eine Buchung pro Monat, ein attraktiver MehrvertragsBonus von 5% und der Entfall von Teilzahlungszuschlägen sind die wichtigsten davon. Ergänzt werden sie durch regelmäßige Informationen über alle prämienwirksamen Änderungen, die der Kunde entweder über myUNIQA.at jederzeit online abfragen kann oder per Post zugeschickt bekommt.

■ **Die UNIQA ErfolgsPartnerschaft – zusätzlicher Service für gewerbliche Kunden**

Auch für ihre gewerblichen Kunden hat UNIQA angesichts der positiven Erfahrungen mit der QualitätsPartnerschaft ein maßgeschneidertes Vorteilspaket geschnürt: Die ErfolgsPartnerschaft, die in einzigartigem Produktdesign gezielt auf die spezifischen Anforderungen von Gewerbetreibenden eingeht. Rund 12.500 Firmenkunden, Freiberufler und Landwirte profitieren nur zwei Jahre nach Einführung von dieser innovativen Kombination aus Versicherungsschutz und einer Vielzahl bedarfsgerechter Zusatz- und Assistance-Leistungen.



Die UNIQA VitalTour – Rundreise mit Informationen, Unterhaltung und Action rund um Gesundheit, Fitness und Vorsorge.

Neben dem ErfolgsBonus, einer von Prämienvolumen und Schadenintensität abhängigen Prämienrückvergütung, steht den ErfolgsPartnern insbesondere das ErfolgsConto als Verrechnungsplattform zur Verfügung. Die Online-Plattform myUNIQA.at bietet rund um die Uhr einen umfassenden Überblick über Verträge, Prämien, Gutschriften, Kontoauszüge, Zahlungsfälligkeiten sowie persönliche Kundendaten. Die weiteren Dienstleistungs- und Assistance-Angebote reichen vom Anwalt PLUSservice über die UNIQA Unwetterwarnung oder das Agrarwetter-Service für Landwirte bis hin zum MedPLUS 24service und zur Mitgliedschaft im UNIQA VitalClub.

■ Spitzenwerte bei Bekanntheit, Markenwert und Kundenzufriedenheit

Die Pionierarbeit von UNIQA in der Entwicklung neuartiger Produktkombinationen mit Mehrwert und moderner nutzerorientierter Services macht sich bezahlt. Jährlich durchgeführte Umfragen renommierter Marktforschungsinstitute bringen regelmäßig Top-Werte sowohl bei der Bekanntheit von Unternehmen und Marke wie auch in Sachen Kundenzufriedenheit.

So gilt UNIQA bei den Versicherungskunden in Österreich mit Spitzenwerten in Sachen Sympathie, Innovation, Unternehmensbindung und Servicequalität unverändert als das Unternehmen mit dem höchsten Markenwert. Auch in der Bekanntheit ist UNIQA ebenso unerreicht wie in der Markenloyalität. Die höchsten Werte erzielte UNIQA weiters in allen Versicherungssparten bei der Frage, welchen Anbieter die Kunden bei einem Neuabschluss wählen würden.

Auch in Sachen Kundenzufriedenheit konnte UNIQA ihre führende Position im österreichischen Versicherungsmarkt 2008 weiter festigen. UNIQA war für 46% der Bevölkerung wieder das Top-Unternehmen der österreichischen Versicherungen. Bestwerte erhielt sie dabei für Unternehmensbindung (56%), überdurchschnittlich gutes Service (57%), Sympathie (44%) sowie Innovationsfreudigkeit (30%).

- **Auszeichnung mit dem RECOMMENDER-Preis:** Als Anerkennung für außergewöhnliches Service und hohe Markenloyalität wurde UNIQA mit dem RECOMMENDER-Preis ausgezeichnet. Dieser Preis würdigt die Bereitschaft der Kunden, ein Unternehmen oder ein Produkt weiterzuempfehlen.
- **Auf der GEWINN-Messe präsent:** Die hohe Kompetenz in allen Belangen von Versicherung und Vorsorge präsentierte UNIQA mit einem modernen Messestand und einem qualifizierten Expertenteam vor rund 14.500 Besuchern der europäischen Messe für Kapitalanlage im Messezentrum Wien.
- **Pflegevorsorge im Fokus:** Als Innovationsführer hat sich UNIQA auf das Zukunftsthema private Pflegevorsorge, das für 83% der ÖsterreicherInnen wachsende Bedeutung hat, mit dem innovativen Pflegevorsorge-Angebot „Pflege & Vordenken“ rechtzeitig vorbereitet.
- **VitalTour 2008:** Mit der UNIQA VitalTour 2008 des VitalClubs startete UNIQA eine neue Rundreise mit Informationen, Unterhaltung und Action rund um Gesundheit, Fitness und Vorsorge. Dabei gab es für die Kunden einen Aktivtag mit HeadCoach Stephan Eberharter zu gewinnen.

Prozesse & Produkte

Höchsten Ansprüchen flexibel gerecht werden

Konsequente Produktinnovation und flexibles Eingehen auf spezifische Kundenbedürfnisse zählen zu den zentralen Erfolgsfaktoren der UNIQA Gruppe. Kreatives Produktdesign ist dabei ebenso wichtig wie moderne Informationstechnologie.

■ Vorsprung durch Innovation

Regelmäßig bringt UNIQA neue Produkte auf den Markt und erweist sich damit immer wieder als Innovationsführer der österreichischen Versicherungswirtschaft. Ob Sach-, Kranken- und Unfall- oder Lebensversicherung – UNIQA stellt exzellente Leistung für den Kunden und maßgeschneiderte Lösungen in den Vordergrund.

■ FlexSolution – wandlungsfähig wie das Leben selbst

Ein im Markt einzigartiges Angebot haben die Produktentwickler von UNIQA für die langfristige Altersvorsorge konzipiert: FlexSolution überzeugt durch maximale Flexibilität und kombiniert erstmals die garantierte Leistung der klassischen Lebensversicherung mit den höheren Ertragschancen einer fondsgebundenen Lebensversicherung in einem Vertrag. Damit verbindet dieses innovative Produkt die Vorteile aus zwei Welten.

Auf unbestimmte Zeit abgeschlossen, kommt FlexSolution den im Lauf des menschlichen Lebens immer wieder auftretenden Veränderungen ideal entgegen: Der Kunde kann die Gewichtung zwischen klassischen und fondsgebundenen Elementen stets nach seinen Anforderungen bzw. seiner Leistungsfähigkeit variieren. Damit bestimmt er die Höhe des Risikoschutzes, die Höhe der Prämie sowie die Art der Kapitalanlage je nach seinen aktuellen Lebensumständen und Anlagewünschen – kostenfrei und beliebig oft.

Das 2008 auf den Markt gebrachte Produkt wird sehr gut angenommen. Mittlerweile setzen bereits über 8.000 Neukunden auf die Vorteile von FlexSolution. Gerade im Zuge der Finanzmarktkrise hat sich dabei gezeigt, dass die Möglichkeit der laufenden flexiblen Anpassung der Veranlagung zwischen Ertrag und Garantie als innovatives Produktfeature sehr gefragt ist.

FlexSolution – Vorteile auf einen Blick

- Kombination der Vorteile aus zwei Welten – Garantieleistung bei höheren Ertragsmöglichkeiten
- Flexible Aufteilung der Prämie zwischen Garantieteil und ertragsorientierter Komponente
- Garantieteil: Wahlmöglichkeit zwischen klassischer (Mindestverzinsung plus Gewinnbeteiligung) oder stärker ertragsorientierter Veranlagung
- Ertragsorientierte Komponente: Wahlmöglichkeit aus drei von Experten verwalteten Portefeuilles (Aktienanteile von 20% bis 100%) oder über 150 Einzelfonds von international renommierten Kapitalanlagegesellschaften
- Jederzeit kostenfreie Änderungsmöglichkeit für jede der getroffenen Auswahlentscheidungen
- Individuelle Laufzeit- und Entnahmegestaltung

■ Raiffeisen PersonenSchutz: Kombination aus Lebens- und Unfallversicherung

Ebenfalls denkbar hohe Flexibilität weist ein neues Produkt der Raiffeisen Versicherung im Rahmen des Raiffeisen PersonenSchutzes auf, das als Kombination aus Lebens- und Unfallversicherung konzipiert wurde. Der Kunde kann hier aus verschiedenen Varianten der Lebensversicherung mit frei definierbarem Ablebensschutz und einer Unfallversicherung mit einer prämienfreien Rehabilitations-Beihilfe wählen, die bei einem stationären Aufenthalt nach einem Unfall ausbezahlt wird.

Er ist mein Partner. Nicht meine Vorsorge.

Die Versicherung einer neuen Generation



www.uniqua.at

*Aktion unterliegt besonderen Bedingungen.

Unser Reserveschirm beim Autofahren.

Die Versicherung einer neuen Generation



Europaweites Novum: Das Kfz-Produkt SafeLine, das umfassende Sicherheit im Notfall mit einer Prämienersparnis für Wenigfahrer verbindet.

Flexibel wie das Leben selbst: FlexSolution passt sich durch die Kombination zweier Investment-Welten den Lebensumständen des Kunden beliebig oft an.

UNIQA SafeLine – die Kfz-Versicherung, die Leben retten kann

Einen viel beachteten und vom Markt gut angenommenen Innovationsakzent setzte UNIQA bereits 2007 im Bereich der Kfz-Versicherung. Als einziger Anbieter im deutschsprachigen Raum bietet UNIQA ein vollkommen neues Kfz-Versicherungsprodukt an, das einen von der Jahresfahrleistung abhängigen Tarif mit einem umfassenden Sicherheitssystem verbindet. SafeLine bedeutet Prämienersparnis und Sicherheitsvorteile, die durch eine kleine GPS-Box mit CrashSensor im Auto möglich gemacht werden. Durch den CrashSensor wird bei einem mittleren bis schweren Aufprall automatisch ein Alarm mit dem genauen Standort an die Einsatzzentrale geleitet. Bei gesundheitlichen Notfällen, anderen Gefahrensituationen, aber auch Pannen kann der Fahrer selbst diesen Alarm auslösen. Bei Diebstahl wiederum kann das Fahrzeug geortet und dadurch leichter sichergestellt werden.

SafeLine-Kunden werden für diese höhere Sicherheit mit niedrigeren Basisprämien belohnt und können zusätzlich flexibel Prämien einsparen. Denn SafeLine ermittelt die Summe der gefahrenen Jahreskilometer und ermöglicht damit einen Umweltbonus für Wenigfahrer unter 10.000 km pro Jahr. Dieser Bonus wird umso höher, je weniger gefahren wird. Jeder SafeLine-Kunde kann so auch seine individuelle CO₂-Bilanz optimieren und jederzeit über ein eigenes Internetportal einsehen. Damit hat sich UNIQA in Europa einen klaren Wettbewerbsvorsprung gesichert. Mehrere Tausend Kunden haben sich bereits für diesen attraktiven Tarif entschieden.

SafeLine – Sicherheit und Prämienersparnis

- GPS-Einheit im Fahrzeug ermöglicht Erfassung der gefahrenen Jahreskilometer und erhöht Sicherheit im Notfall
- Prämie abhängig von Kilometerleistung und Straßentyp
- Bis zu 35% Ersparnis
- Umweltentlastung durch Optimierung der CO₂-Bilanz
- CrashSensor erkennt mittlere und schwere Unfälle und alarmiert Einsatzzentrale
- Notfallknopf für gesundheitliche Ernstfälle, Pannen oder sonstige bedrohliche Situationen – Meldung an Einsatzzentrale
- CarFinder ermöglicht Wiederauffindung nach Diebstahl
- Alle Sicherheitsleistungen funktionieren auch außerhalb Österreichs



■ Weitere Initiativen für Sicherheit und Umwelt

Im Rahmen der Raiffeisen Klimaschutz-Initiative unterstützen UNIQA und Raiffeisen Versicherung seit Juli 2008 Privatkunden, die ihr Eigenheim nach ökologischen Richtlinien, insbesondere in energiesparender Bauweise, errichten. Die Kunden erhalten einen Energiebonus in Form einer Prämienfreistellung für die ersten beiden Versicherungsmonate. Zusätzlich bietet UNIQA Hilfestellung bei der Organisation von Energieberatern, die zur Erstellung des seit 2008 verpflichtenden Energieausweises für Gebäude berechtigt sind.

Ebenfalls dem Umweltschutz dient die Aktion „Auto & Netz“. Sie belohnt Autofahrer, die auch eine Jahreskarte für öffentliche Verkehrsmittel besitzen, durch Entfall der ersten zwei Monatsprämien ihrer Kfz-Haftpflichtversicherung.

Eine Spezialinitiative in der Sachversicherung setzte UNIQA 2008 im Zusammenhang mit der zum Teil in Österreich ausgetragenen Fußball-EM. Mehr als 200.000 Kunden wurden während der Meisterschaft im Rahmen der UNIQA Stammkundenprogramme ohne Zusatzprämie gegen Vandalismus versichert.

■ Marktführerschaft mit MedUNIQA bekräftigt

Mit attraktiven neuen Angeboten konnte UNIQA ihre Position als Österreichs Marktführer in der Krankenversicherung mit umfassendem Produktportfolio auch 2008 unterstreichen. Wichtigstes Highlight war dabei die Einführung der neuen MedUNIQA Karte, die für die Sonderklasse-Kunden von UNIQA nun zusätzlich spezielle Informationen und Services bietet. Rund 500.000 Sonderklasse-Versicherte erhielten die neue Karte, die wie bisher als „Eintrittskarte“ zur Sonderklasse und weiterhin auch als Mitgliedskarte für den UNIQA VitalClub dient.

Die neue Karte kann aber noch viel mehr: So bietet sie Zugang zum UNIQA Medikamentenkompass, einer Online-Datenbank, die allfällige negative Wechselwirkungen zwischen verschiedenen Medikamenten aufzeigt. Weiters können die Kunden Einblick in den Spitalskompass nehmen, der dem Patienten eine wertvolle Entscheidungshilfe bei der Auswahl seines Spitals bietet. Dazu enthält er z.B. Informationen darüber, welche Behandlungen in welchem Spital durchgeführt werden.

MedUNIQA Karte – wertvolles Service für Sonderklasse-Kunden

- ☐ „Eintrittskarte“ für die Sonderklasse
- ☐ Mitgliedskarte für den UNIQA VitalClub
- ☐ Zugang zum UNIQA Medikamentenkompass
- ☐ Zugang zum Spitalskompass
- ☐ Möglichkeit der Aufwertung zur Befundkarte

■ Privat Supreme bewährt sich

Weiterhin sehr gut angenommen wird das Paket Privat Supreme von UNIQA. Es setzt durch die Verbindung von bestem medizinischem Versicherungsschutz mit wirkungsvollen Präventionsmaßnahmen und sinnvollen Assistance-Leistungen Maßstäbe in der Krankenversicherung.

Das Leistungspaket bündelt fünf Schwerpunkte in einem einzigen Tarif und garantiert hervorragende Betreuung in medizinischer Spitzenqualität sowie effektive Trainings zur Erhaltung von Gesundheit und Fitness:



Rund zehn Jahre nach seinem Diebstahl aus einer Ausstellung brachte UNIQA als führender Kunstversicherer des Landes einen der berühmten Brillantsterne der Kaiserin Sisi wieder nach Österreich zurück.

Im Krankenhaus genießt der Versicherte alle Vorteile des Privatpatienten, denn UNIQA übernimmt alle Mehrkosten für die Sonderklasse-Behandlung.

Beim Arzt oder Facharzt wählt der Kunde unabhängig von Kassenverträgen den Mediziner seines Vertrauens und hat die Wahl der am besten geeigneten Heilmethode (Schul- oder Komplementärmedizin).

Als Instrument der Prävention wird mit dem VitalCheck der Gesundheitsstatus mit verschiedenen Untersuchungen ermittelt. Schließlich entwickelt ein persönlicher VitalCoach für den Versicherten aufgrund seines individuellen FitnessProfils einen persönlichen Wohlfühlplan mit jährlich sechs Trainingseinheiten.

Darüber hinaus steht dem Kunden als Assistance-Leistung das Ärzteteam im Medizinischen CallCenter von UNIQA für Anfragen jederzeit zur Verfügung.

■ First Care – die neue Krankenversicherung für Kinder und Jugendliche

Eine neue Variante der privaten Krankenversicherung für Kinder und Jugendliche mit automatischer Anpassung an den wachsenden Versicherungsbedarf bietet UNIQA mit First Care an. Bis zum Alter von zwölf Jahren übernimmt das Unternehmen die vollen Kosten für eine Begleitperson in allen österreichischen Spitälern und öffentlichen Krankenhäusern Europas. Zwischen dem 12. und 18. Lebensjahr zahlt First Care bei unfallbedingtem Krankenhausaufenthalt anstelle der Kosten für die Begleitperson die Sonderklasse-Behandlung für den Jugendlichen in einem Zweitbettzimmer. Mit Erreichen der Volljährigkeit kommt UNIQA sowohl nach einem Unfall als auch bei einer breiten Palette schwerer Erkrankungen für alle Mehrkosten einer Sonderklasse-Behandlung im Spital auf.

■ Maßgeschneiderte Krankenversicherung für im Ausland tätige Menschen

Bestmögliche Versicherung für Personen, die sich längerfristig beruflich im Ausland aufhalten, bzw. für deren Familien bietet die UNIQA Expatriates Versicherung. Sie kann sowohl von Privatpersonen als auch von Unternehmen für die Entsendung ihrer MitarbeiterInnen abgeschlossen werden. Fünf unterschiedliche Produktvarianten sorgen dabei für größtmögliche Flexibilität. Sie unterscheiden sich nach der Höhe der Versicherungssumme und einer Abstufung der Leistungen, etwa nach dem geographischen Gültigkeitsbereich oder dem Deckungsumfang.

■ Spezialgebiet Kunstversicherung – UNIQA holt gestohlenen Sisi-Stern wieder nach Österreich zurück

Als führender Kunstversicherer des Landes versichert UNIQA neben österreichischen Museen, Galerien und sonstigen Kulturinstitutionen zunehmend auch Sammlungen von Privatpersonen. Neben Versicherungsschutz bietet UNIQA dabei auch Beratung zur Präsentation der Sammlungsstücke sowie zu konservatorischen und restauratorischen Fragen. Im Fall des Abhandenkommens versicherter Gegenstände wirkt UNIQA naturgemäß auch aktiv an der Aufklärung und Wiederbeschaffung mit.

Einen schönen Erfolg erzielte das Unternehmen hier im vergangenen August. Rund zehn Jahre nach dem Diebstahl eines der berühmten Brillantsterne der Kaiserin Elisabeth konnte das Schmuckstück wieder an seine Besitzer zurückgegeben werden. Der Stern – berühmt geworden als Haarschmuck der Kaiserin auf dem Portrait von Franz Xaver Winterhalter – war als Leihgabe in einer Ausstellung im Schloss Schönbrunn zu sehen gewesen. Dort wurde er gezielt aus einer Hochsicherheitsvitrine gestohlen. Jahrelange Ermittlungen führten schließlich zu seiner Auffindung in Kanada und zu seiner Rückführung nach Österreich.



Erstklassige Produkte und Services – in neuen Märkten ebenso wie in Österreich. In Kroatien wirbt UNIQA seit Herbst 2008 mit Slaven Bilić, der als Trainer der Fußballmannschaft des Landes den Status eines Nationalhelden genießt. Ein zweijähriger Sponsoring-Vertrag wurde dafür abgeschlossen.

Im Dienst des Kunden

- ☐ Volle Transparenz und Information auf myUNIQA.at
- ☐ Rekordzeit für Polizzierung ab 48 Stunden
- ☐ Optimale Betreuung und Marktbearbeitung durch das Kundeninformationssystem U.KIS

■ Qualität der Arbeitsabläufe groß geschrieben

Optimales, rasches und für den Kunden komfortables Service sind zentrale Prioritäten der UNIQA Gruppe und bedeuten gleichzeitig wichtige Wettbewerbsvorteile. Ob es um das Tempo bei der Polizzierung geht, die Abwicklung von Anfragen und Schadenfällen oder um Informationsmöglichkeiten für den Kunden. Modernste Informationstechnologie und kundenge-rechtes Design sind die Richtschnur bei allen Angeboten.

■ myUNIQA.at – die praktische Online-Kundenplattform

Als universelles Online-Tool für ihre Kunden hat UNIQA mit dem Portal myUNIQA.at eine optimale Plattform ähnlich dem aus dem Bankbereich bekannten Online-Banking geschaffen. Sämtliche Informationen können über dieses Portal abgefragt werden – von einer detaillierten Vertragsübersicht über den aktuellen Zahlungsplan, die zuständigen Betreuer bis hin zum Punktestand aus dem PartnerPunkte Programm der QualitätsPartnerschaft. Die für das Finanzamt benötigten Bestätigungen über Prämienzahlungen sind ebenfalls über my-UNIQA.at online erhältlich, und auch für Beschwerden und Anregungen ist das Portal die richtige Anlaufstelle. Im Rahmen des myUNIQA-Portals erhält der Kunde weiters einen regelmäßigen E-Newsletter mit den aktuellsten Informationen zu Produkten und Aktionen. Voraussetzung für die Teilnahme ist lediglich ein aufrechter Vertrag mit UNIQA. Der Kunde kann – durch Passwort geschützt – jederzeit bequem von zu Hause aus alle Informationen in Echtzeit einholen und seine Dispositionen treffen. Bereits rund 40.000 Kunden nutzen dieses attraktive und komfortable Angebot.



„Flexibilität und Tempo sind neben konsequenter Produktinnovation entscheidend für erfolgreiches Bestehen im Markt. UNIQA zählt in all diesen Punkten zu den führenden Playern.“

■ Polizzierung in Rekordzeit

Eine deutliche Beschleunigung der Ausstellung neuer Versicherungspolizzen brachte die seit 2005 mögliche direkte elektronische Übermittlung der Anträge von den Raiffeisenbanken an die Raiffeisen Versicherung. Im Idealfall kann die Polizza bereits über Nacht gedruckt und dem Kunden in Rekordzeit von 48 Stunden zugestellt werden. Damit hat sich der Servicegrad der Raiffeisenbanken als Vertriebspartner wesentlich erhöht.

■ UNIQA Kundeninformationssystem ermöglicht optimale Kundenbetreuung und Marktbearbeitung

Mit der Implementierung des UNIQA KundenInformationSystems (U.KIS) hat die UNIQA Gruppe bereits im Jahr 2006 den entscheidenden Schritt zur optimalen Erschließung und Betreuung ihres Kundenpotenzials gemacht. Diese Online-Datenbank erfasst die Kundenverbindung – losgelöst von den einzelnen Versicherungssparten – in ihrer Gesamtsicht. Mitte 2007 ging bereits die zweite Ausbauphase dieses Systems in Betrieb. U.KIS umfasst seither auch einen Kundenkompass sowie ein Terminsystem und integriert die Online-Tarifierung der gängigsten Versicherungsprodukte. 2008 wurde das System unter anderem um die Direkt-Polizzierung und um Auswertungs-Tools zur Unterstützung von Vertriebsaktionen ergänzt. Der Schwerpunkt für 2009 wird in der Schulung der Anwender und einer Erhöhung der Bedienerfreundlichkeit liegen.

Der elektronische Zugriff auf das individuelle Profil jedes Versicherungsnehmers bietet die Chance für eine bedarfsgerechte Betreuung. Dadurch ermöglicht das System eine bessere Servicequalität und unterstützt somit aktiv die Kundenbindung. Gleichzeitig kann UNIQA den Vorteil der Gesamtbetrachtung einzelner Kundenverbindungen durch noch risikogerechtere und maßgeschneiderte Prämien zeitnah an ihre Kunden weitergeben, da in die Ermittlung der Prämien sämtliche verfügbaren Kundeninformationen einbezogen werden können.

Zusätzlich zeigt das System ungenutzte Potenziale für Cross-Selling auf und ermöglicht dadurch die zielgenaue Ansprache ertrageicher Kunden, auf die UNIQA damit gerade in Krisenzeiten noch besser mit attraktiven Konditionen eingehen kann. Damit erweist sich U.KIS als wertvolles Instrument der Vertriebs- und Kundenpolitik, das der Gruppe entscheidende Vorteile in der Marktbearbeitung und den Kunden eine bedarfsgerechte Betreuung sichert.

Unternehmen & Erträge

Wachstum mit Augenmaß

Konsequente Internationalisierung durch Expansion in die wachstumsstarken Märkte Ost- und Südosteuropas ist ein zentrales Element der UNIQA Gruppenstrategie. Das dadurch erzielte Prämien- und Ertragswachstum, aber auch die größere Risikostreuung sichert der Gruppe ihre Marktposition und Eigenständigkeit. Die Auswirkungen der Finanzmarktkrise hat die Gruppe dank dieser Strategie verhältnismäßig gut bewältigt.

■ UNIQA goes East

Auch wenn UNIQA ihre mittelfristigen Ergebnisziele angesichts der durch die Finanzmarktkrise entstandenen Unsicherheiten bis auf weiteres aussetzen musste, sieht sie als Österreichs führende Versicherungsgruppe ihre Zukunft weiterhin in internationaler Expansion. Zielmärkte sind dabei vor allem die dynamisch wachsenden neuen Demokratien in Zentral-, Ost- und Südosteuropa, die mit ihrer noch relativ schwach entwickelten Versicherungsdichte und -durchdringung in allen Sparten hohes Potenzial bieten.

In Umsetzung dieser Strategie investiert die Gruppe erhebliche finanzielle Mittel und Managementkapazitäten in die Erschließung der Märkte im europäischen Osten und Südosten. Mit dieser Internationalisierung von Geschäftsvolumen wie auch Konzernergebnis erzielt die Gruppe nicht nur eine verbesserte Risikostreuung, sondern schafft auch die Basis für nachhaltiges, renditebewusstes Wachstum und den Erhalt ihrer Selbständigkeit auch in dem zuletzt deutlich rauerem Umfeld.

■ Steigender Beitrag der internationalen Märkte

Mittlerweile hat sich die UNIQA Gruppe als einer der bedeutenden Market Player Zentral-, Ost- und Südosteuropas etabliert. Mehr als sieben Mio. Kunden und knapp 15 Mio. Verträge, eine Konzernprämie von 5,8 Mrd. € und Kapitalanlagen von mehr als 21 Mrd. € belegen dies eindrucksvoll. 19 Märkte außerhalb Österreichs zwischen Adria und Ostsee, Bodensee und Schwarzem Meer werden mittlerweile von insgesamt rund 19.000 MitarbeiterInnen bearbeitet.

Die Länder in Central Eastern Europe (CEE) wie auch die Eastern Emerging Markets (EEM) liefern einen wachsenden Beitrag zu diesen Zahlen. Derzeit entfallen auf diese Regionen 22% des gesamten Prämienaufkommens der UNIQA Gruppe, noch vor fünf Jahren lag dieser Wert bei 8%.

Bezieht man die auf profitable Versicherungsnischen im westlichen Mitteleuropa fokussierten Aktivitäten der Gruppe in Deutschland, der Schweiz, Liechtenstein und Italien mit ein, lag der Anteil der internationalen Prämien 2008 insgesamt bei über 38% und soll auch weiterhin gesteigert werden. Festes Standbein der Gruppe blieb mit einem Anstieg des Prämienaufkommens um 2,3% auf 3,6 Mrd. € und einem Anteil an der Konzernprämie von 62% weiterhin der österreichische Markt.

Hohe Dynamik in Osteuropa

- Prämieinnahmen aus CEE und EEM stiegen 2008 erneut überdurchschnittlich um 56,7% auf 1.279 Mio. €
- Anteil am Konzernprämienaufkommen steigt auf 22%
- Deutliches Wachstum in der Schaden- und Unfallversicherung
- Lebensversicherung ebenfalls mit hohen Zuwächsen
- 100%-Beteiligung am sechstgrößten rumänischen Sachversicherer UNITA übernommen
- Einschließlich WEM stammen bereits 38,2% der Konzernprämien aus dem internationalen Geschäft
- 2009: Markteintritt in Russland

■ Übernahme der UNITA bringt deutliche Stärkung in Rumänien

Nach den Expansionsschritten der letzten Jahre in Albanien, Mazedonien, dem Kosovo und Serbien und dem Ausbau des finanziellen Engagements in Bulgarien und der Ukraine hat die UNIQA Gruppe ihre Position in Osteuropa 2008 erneut entscheidend gestärkt. Im November 2008 übernahm sie 100% der Anteile an der sechstgrößten rumänischen Sachversicherung UNITA. Der Aktienkaufvertrag wurde am 30. Juni 2008 unterzeichnet, das Closing erfolgte nach Erteilung aller behördlichen Genehmigungen am 3. November 2008.



Mag. Hannes Bogner
Mitglied des Vorstands

„Trotz der Finanzmarktkrise bleiben Wachstum und Stärkung der Ertragskraft unsere zentralen Ziele. Die Krise hat uns zwar – so wie andere Versicherungen auch – hart getroffen, wir haben die bisherigen Auswirkungen aber bereits weitestgehend aufgearbeitet.“

Damit erreichte UNIQA auf einen Schlag einen Marktanteil im Bereich der Sachversicherung von über 7% in einem der wichtigsten Märkte des europäischen Ostens. Die 1990 gegründete UNITA mit Sitz in Bukarest erreichte 2008 ein Prämienvolumen von rund 142 Mio. €. Mit rund 960 MitarbeiterInnen betreut sie mehr als 250.000 Kunden. Der Vertrieb erfolgt über ein flächendeckendes Netzwerk von 41 Zweigstellen, mehr als 500 eigene Vertriebsmitarbeiter und mehr als 7.900 Agenten sowie rund 295 Makler und Leasinggesellschaften.

Mit rund 22 Mio. Einwohnern zählt Rumänien zu den drei größten Märkten der CEE-Region und ist einer der schnellst wachsenden Wirtschaftsräume in der EU. Mit der Übernahme einer der größten Versicherungen des Landes hat sich UNIQA eine sehr gute Ausgangsposition für die Teilnahme an dieser Dynamik geschaffen.

Auch die rumänische Versicherungswirtschaft ist in den letzten Jahren rasant gewachsen, bietet aber im Vergleich zu Westeuropa und auch zu anderen Ländern Osteuropas immer noch hohes Aufholpotenzial. So lag die Versicherungsdurchdringung (Prämien in Prozent des Brutto-Inlandsprodukts) 2008 noch bei 1,8% gegenüber 9,0% in Westeuropa, 5,8% in Österreich und 2,7% in ganz Mittel- und Osteuropa.

Beim weiteren Ausbau des Geschäfts wird die Gruppe auf eine enge Kooperation mit der lokalen Raiffeisenbank setzen.

■ Neues Headquarter für UNIQA Biztosító

Die dynamische Geschäftsentwicklung der Konzerngesellschaft in Ungarn machte den Bau einer neuen Zentrale in Budapest erforderlich: Knapp 400 MitarbeiterInnen sind im Innendienst tätig, die Zahl der VertriebsmitarbeiterInnen übersteigt bereits die Grenze von 1.000 Personen. Ein Jahr nach der Grundsteinlegung konnte im November 2008 mit dem Richtfest die

UNITA – die neue Beteiligung in Rumänien auf einen Blick

- 1990 gegründet
- Sechstgrößte Sachversicherung des Landes
- Marktanteil in der Sachversicherung: 7,1%
- Prämienvolumen 2008: 142 Mio. €
- 250.000 Kunden
- 41 Zweigstellen
- Ca. 500 eigene VertriebsmitarbeiterInnen
- Mehr als 7.900 Agenten
- Rund 295 Makler
- Erfolgreicher Start des Integrationsprojekts in die UNIQA Gruppe

Fertigstellung des Rohbaus für das neue Gebäude mit ca. 18.000 m² gefeiert werden.

Bezogen werden soll die neue Hauptverwaltung, die neben dem bestehenden Gebäude der UNIQA Versicherung errichtet wird, nach einer Bauzeit von nur 18 Monaten im Frühjahr 2009. Das Gebäude wird zu ca. 60% von der UNIQA Biztosító genutzt werden, die übrigen Flächen werden vermietet. Ein öffentliches Restaurant, ein Café und ein Gesundheitsvorsorgezentrum runden die Infrastruktur ab.

Die 1990 gegründete UNIQA Biztosító Zrt. ist die sechstgrößte Versicherungsgesellschaft auf dem ungarischen Markt. Sie betreut über ihr flächendeckendes Vertriebsnetz mehr als 430.000 Unternehmens- und Privatkunden. Ihre Prämieinnahmen betrugen im Jahr 2008 umgerechnet 259 Mio. €.



Die neue Zentrale von UNIQA Biztosító in Budapest soll bereits im Frühjahr 2009 fertiggestellt werden.



Die erfolgreiche Internationalisierung der UNIQA Gruppe findet auch in der Werbung ihren Niederschlag.

Zahlreiche Auszeichnungen 2008

- Die ungarische UNIQA Biztosító wird von einer Fachjury des Magazins Figyelő zum besten Finanzdienstleister des Landes gewählt.
- Der Ungarische Verband Unabhängiger Versicherungsmakler reiht UNIQA Biztosító in seinem Qualitätssicherungs-Ranking in der Kategorie Fahrzeugversicherungen an 1. Stelle.
- UNIQA Biztosító wird erneut als Superbrand und erstmals auch als Business-Superbrand in Ungarn ausgezeichnet.
- UNIQA Osiguranje erhält als führende Versicherungsmarke in Bosnien und Herzegowina ebenfalls den Status einer Superbrand.
- Auch in der von Global Broker & Underwriter durchgeführten Umfrage zu den führenden Versicherungen und Maklern in Osteuropa wird UNIQA Osiguranje zur führenden Versicherung des Landes gewählt.
- UNIQA gewinnt fünf Auszeichnungen in der Annual Financial Products Competition in der Slowakei.
- UNIQA wird für die Leistung ihres Call Centers in der Schadenabwicklung vom polnischen Wirtschaftsmagazin Home & Market mit dem so genannten "Finanzorden" ausgezeichnet.
- Ebenfalls in Polen erhält UNIQA im Rahmen eines vom Finanzmagazin Gazeta Finansowa ausgetragenen Wettbewerbs für ihr speziell an KMU gerichtetes Bündelprodukt den Preis in der Kategorie „Beste Produkte für Unternehmen 2008–2009“. Wichtigste Kriterien für diese Auszeichnung waren Innovation und Professionalität.

■ Deutschland: Mannheimer weiter auf Erfolgskurs

Seit 2004 ist die UNIQA Gruppe in Deutschland mit der als Zielgruppenspezialist erfolgreichen Mannheimer Versicherungsgruppe präsent. Diese hat 2008 mit mehreren Innovationen auf sich aufmerksam gemacht. Der Bogen reicht von einem transparenten Trackingsystem, das die Durchlaufzeiten deutlich reduziert, über ein attraktives neues Zielgruppenprogramm in der Krankenversicherung bis hin zu neuen Vertriebswegen für die betriebliche Pensionsvorsorge. Mit einem neuen Online-Maklerportal, das die über 800 freien Vermittler mit einem Webcode versorgt, ist Mannheimer der erste Versicherer in Deutschland, der seinen Vertriebspartnern für die verschärften gesetzlichen Beratungs- und Transparenzanforderungen eine praxistaugliche Unterstützung bieten konnte.

■ Liechtenstein: Private Insuring Competence Center

Die in Vaduz ansässige Auslandstochter UNIQA Lebensversicherung AG hat sich innerhalb des Konzerns als Competence Center für Private Insuring etabliert. Das Private-Insuring-Programm bietet ein einzigartiges Upgrade für Investments: Die Möglichkeit, das persönliche Depot in eine Lebensversicherung einzubringen, wobei Bank und Vermögensverwalter weiterhin ihre bewährten Funktionen ausüben können.

■ Joint-Venture in den Vereinigten Arabischen Emiraten

Auch über die Grenzen Europas hinaus hat UNIQA ihre Tätigkeit im abgelaufenen Jahr ostwärts ausgedehnt. Gemeinsam mit dem im Emirat Sharjah beheimateten Sachversicherer Al Buhaira National Insurance Co gründete sie eine neue Personenversicherung. Sie wurde unter dem Namen „Takaful Al-Emarat“ in Dubai angesiedelt und bietet von dort aus Kranken- und Lebensversicherungen an, die den islamischen Vorschriften entsprechen. UNIQA hält an dem Unternehmen 15%, weitere 20% befinden sich im Besitz von Al Buhaira, 10% wurden von



Auch die bulgarische Weltklasse-Leichtathletin Ivet Lalova trägt zur Steigerung der Bekanntheit der Erfolgsmarke UNIQA außerhalb Österreichs bei.

führenden Gründungsmitgliedern gezeichnet. Der Rest von 55% wurde im Rahmen eines IPO der Öffentlichkeit angeboten.

Al Buhaira bringt als einer der führenden Versicherer in der Region seine Marktkennntnis und sein lokales Netzwerk ein, während UNIQA die neue Versicherung mit ihrem breiten Know-how aus den Bereichen der Lebens- und der Krankenversicherung unterstützt. Hohes Potenzial für Takaful Al-Emarat besteht in der verpflichtenden Einführung einer Krankenversicherung für alle in den Emiraten arbeitenden Expatriates – immerhin rund 80% aller Arbeitnehmer – und dem hohen Wachstum in der Lebensversicherung. Für UNIQA besteht ein weiterer Vorteil darin, dass sie gleichzeitig Know-how in der Gestaltung „islamischer“ Produkte aufbaut, die auch in einigen Märkten Ost- und Südosteuropas nachgefragt werden.

Im Islam gelten für Versicherungen besondere Regeln, die dem Verbot von Zinsen und Wetten Rechnung tragen. Sie basieren auf der Idee einer Gemeinschaft der Versicherten, die sich die Risiken teilen und auch am Gewinn der Versicherungsgesellschaft partizipieren. Deshalb müssen diese Versicherungen wie ein gemeinsamer Fonds ähnlich einer genossenschaftlichen Versicherung auf Gegenseitigkeit konfiguriert werden.

■ **Auslandsexpansion von EBRD unterstützt**

Die Internationalisierung der UNIQA Gruppe wird aktiv von der European Bank for Reconstruction and Development (EBRD) unterstützt. Im November 2007 erweiterte sie die seit 1998 bestehende bewährte Zusammenarbeit und erhöhte das Rahmenabkommen von bisher 70 Mio. € auf 150 Mio. €. Damit steht bis Ende 2017 neuer finanzieller Spielraum zum Erwerb von Minderheitsbeteiligungen der EBRD an bestehenden UNIQA Tochtergesellschaften in Zentral- und Osteuropa zur Verfügung.

■ **Ergebnisverbesserungsprogramm**

Eine Ergebnisverbesserung im versicherungstechnischen Kerngeschäft (außerhalb des Segments der Finanzanlagen) um 200 Mio. € bis 2010 soll das Ergebnisverbesserungsprogramm 2007–2010 der UNIQA Gruppe bringen. Im Rahmen umfangreicher konkreter Maßnahmenpläne sollen dazu die Schaden- und Kostenquoten weiter spürbar gesenkt, Strukturen verdichtet, Doppelfunktionen im Konzern eliminiert oder Aufgaben durch Outsourcing an internationale Konzerngesellschaften kostengünstig verlagert werden. In der Umsetzung dieses Programms ist UNIQA nach wie vor sehr erfolgreich unterwegs. Schon die anteiligen Ziele für das Jahr 2007 konnten erreicht werden, und auch 2008 wurden die geplanten Aktionen im Kerngeschäft umgesetzt.

■ **Standard & Poor's bestätigt solide Finanzstruktur**

Die ungeachtet der Kapitalmarktkrise weiterhin hohe Finanzkraft der UNIQA Gruppe wurde von der internationalen Ratingagentur Standard & Poor's (S&P) im Dezember 2008 durch ein A-Rating mit stabilem Ausblick bestätigt. Wesentliche Gründe dafür waren die bedeutende Wettbewerbsposition und die überzeugenden Vertriebskapazitäten in Österreich sowie das über dem Marktdurchschnitt liegende organische Wachstum in Zentral- und Osteuropa. Hinzu kamen die beschleunigte Internationalisierung und die solide operative Performance der Gruppe.

Den stabilen Ausblick begründete S&P mit der Erwartung einer weiterhin starken Kapitalausstattung, steigender Kosteneffizienz sowie starker operativer Performance. Eine wesentliche Rolle spielten auch die stark wachsenden Geschäftserfolge der Gruppe außerhalb Österreichs. Im weiter verstärkten Engagement in den Märkten Ost- und Südosteuropas sieht S&P das größte Wachstumspotenzial für UNIQA. Von den Investments in organisches Wachstum der ausländischen Gesellschaften, zusätzlichen Akquisitionen und aus der Preferred Partnership mit den lokalen Raiffeisenbanken erwartet S&P auch in Zukunft überdurchschnittlich wachsende Umsatz- und Ergebnisbeiträge.

MitarbeiterInnen & Partner

Kompetent, flexibel, motiviert

Mit großem Engagement erfüllen die MitarbeiterInnen und Partner der UNIQA Gruppe höchste Ansprüche in Vertrieb und Kundenbetreuung. Die Basis dafür: umfangreiche Initiativen zur Aus- und Weiterbildung und Motivation.

■ MitarbeiterInnen als zentrales Asset

Als ständig wachsender, international tätiger Dienstleister verdankt die UNIQA Gruppe ihren Erfolg ganz entscheidend der Qualifikation und Motivation ihrer MitarbeiterInnen. Ihre hohe Professionalität, Flexibilität und Mobilität haben das starke Wachstum der letzten Jahre und die Positionierung als führender Player in Zentral- und Osteuropa überhaupt erst möglich gemacht. Dessen bewusst, setzt die UNIQA Gruppe eine Fülle von Maßnahmen im Bereich Personalentwicklung. Parallel dazu stellt die Information und Unterstützung aller Vertriebspartner einen zentralen Schwerpunkt dar.

■ Go Ahead – Mobilität im Konzern gezielt gefördert

Der Einsatz der richtigen MitarbeiterInnen zur richtigen Zeit am richtigen Ort ist gerade in einem internationalen Konzern eine zentrale Aufgabe des operativen Personalmanagements. 2003 ins Leben gerufen, hat sich das Mobilitätsprogramm Go Ahead der UNIQA Gruppe hier sehr bewährt. Laufend durch neue Elemente verbessert und noch effizienter gestaltet, unterstützt dieses Programm zeitlich befristete Einsätze österreichischer MitarbeiterInnen in internationalen Konzernunternehmen sowie vice versa auch ausländischer Kollegen in Österreich oder anderen Ländern.

Das Programm, das auch als Auszeichnung und als Möglichkeit zu weiteren Karriereschritten gilt, dient dabei nicht nur dem unternehmensinternen Austausch von Know-how und der Horizonterweiterung, sondern auch gezieltem Networking und damit der Stärkung einer gemeinsamen Unternehmenskultur. Mit großem Erfolg, denn Go Ahead wird von den Teilnehmern durchwegs sehr positiv bewertet. Dass die Beliebtheit von Go Ahead stetig zunimmt, zeigt auch die laufend steigende Nachfrage: Hatten 2007 noch 88 MitarbeiterInnen mit dem Programm begonnen, waren es 2008 bereits 105. Insgesamt verzeichnete Go Ahead bisher 318 Teilnehmer aus 15 Ländern.

Noch attraktiver, besonders für MitarbeiterInnen mit Familie, wurde das Programm 2005 mit der Schaffung des Moduls Go Ahead Light für Kurzeinsätze im Ausland sowie der Einführung von Go Ahead Light Mentoring (internationale Know-how-Partnerschaften) im Jahr 2006. Während sich der „normale“ Auslandseinsatz im Schnitt über zwölf bis 24 Monate erstreckt, dauert der Aufenthalt bei Go Ahead Light bzw. Go Ahead Light Mentoring nur einen bis drei Monate. Rund 68% aller Teilnehmer an Go Ahead entschieden sich seither für diese Kurzversion mit hohem Umsetzungserfolg und großer Kosteneffizienz.

■ Höchste Effizienz in Personalentwicklung und -management

Um die immer komplexeren Arbeitsabläufe im stetig wachsenden Konzern besser aufeinander abzustimmen, hat UNIQA ihr operatives Personalmanagement und die Personalentwicklung schon 2007 zur UNIQA Human Resources-Service GmbH (UHRS) zusammengefasst. Sie erweitert den Kreis der Servicegesellschaften der Gruppe und zeichnet für die Gestaltung und Abwicklung aller Prozesse in Recruiting, Aus- und Weiterbildung sowie Personaladministration verantwortlich.

Auch den konzernweiten Einsatz zeitgemäßer Tools für Mitarbeiterführung und -ausbildung stellt UHRS sicher. Flächendeckend wurden auch 2008 wieder die seit 2001 institutionalisierten Mitarbeitergespräche für den Innendienst durchgeführt. Für den angestellten Außendienst wurde dieses Instrument im abgelaufenen Jahr bereits zum zweiten Mal, im MaklerService erstmals mit großem Erfolg eingesetzt. Innerhalb der Führungskräfteausbildung im angestellten Außendienst wurde der Fokus 2008 auf die Stärkung der Funktion des Verkaufsmanagers und dessen Aufgaben gelegt. Die für Führungskräfte in neuen Funktionen 2007 erstmals angewendeten individuellen Entwicklungspläne wurden 2008 fortgeführt.



Großen Zuspruch unter den MitarbeiterInnen fand im abgelaufenen Jahr die erste UNIQA Fußball EM 2008. Anfang Mai trafen im Stadion Wiener Neudorf Teams aus zahlreichen Ländern der UNIQA Gruppe aufeinander. Insgesamt 24 Mannschaften lieferten sich ehrgeizige, jedoch faire und kameradschaftliche Kämpfe um das runde Leder, die von Kollegen aus allen UNIQA Ländern verfolgt wurden. Nach drei Spieltagen stand die Mannschaft aus Tirol als UNIQA Fußball-Europameister fest. Die erfolgreichsten internationalen Teilnehmer waren Polen, Italien, Bulgarien und die Slowakei.

■ TalentManagement

2008 lag der Schwerpunkt der Personalentwicklung erstmals auf dem TalentManagement. Hintergrund ist das Ziel von UNIQA, den Großteil der vielen Führungspositionen des stark wachsenden Konzerns aus den eigenen Reihen zu besetzen. Um dafür entsprechend vorzusorgen, können in- und ausländische Talente im Rahmen von DevelopmentCenters ihr Führungspotenzial unter Beweis stellen. Aufgrund der Ergebnisse aus diesem qualifizierten Beobachtungsprozess werden für identifizierte Talente Entwicklungspläne erarbeitet, die gewährleisten, dass das vorhandene Potenzial kurz- bzw. mittelfristig in echte Fähigkeiten und Fertigkeiten umgewandelt wird.

In Österreich haben 2008 65 besonders talentierte MitarbeiterInnen an einem DevelopmentCenter teilgenommen. Davon konnten 44 die Beobachter von ihrem außerordentlichen Führungspotenzial für die jeweils nächste Führungsebene überzeugen. Neben der Weiterentwicklung von Führungstalenten wird aber auch intensiv auf die Förderung von Fachspezialisten Wert gelegt. Damit wird den Anforderungen an gezieltes Wissensmanagement Rechnung getragen, um langfristig qualifizierte Mitarbeiter für UNIQA zu erhalten.

■ Internationale Lehrlingsausbildung

Auch ihre Lehrlingsausbildung für die jüngsten KollegInnen hat UNIQA bereits „internationalisiert“. Die zweijährige Versicherungslehre in einer österreichischen Landesdirektion wird dabei mit einem fünfmonatigen Auslandspraktikum in einer UNIQA Gesellschaft kombiniert. Dies soll die Bereitschaft zu Mobilität fördern und gleichzeitig den Aufbau eines persönlichen Netzwerks in der Gruppe unterstützen. Das Pilotprojekt zwischen der Landesdirektion Wien und UNIQA in der Slowakei haben die Teilnehmer im Juni 2008 sehr erfolgreich abgeschlossen. Im Jahr 2009 werden Lehrlinge aus den Landesdirektionen Wien und Oberösterreich gemeinsam mit den Partnergesellschaften in Ungarn und Tschechien an der internationalen



Rund 130 Führungskräfte aus der gesamten UNIQA Familie wurden 2008 in zwei Veranstaltungen des ManagerCircle in Wien und Montenegro mit der aktuellen Konzernstrategie und den Planungen des Unternehmens vertraut gemacht. Im Bild der ManagerCircle im montenegrinischen Budva.

Lehrlingsausbildung teilnehmen. Im Herbst 2008 wurde das Programm noch um eine Lehrlingsausbildung im ExklusivVertrieb erweitert, um den Lehrlingen neben fachlichem Wissen auch schon erste Vertriebserfahrungen zu bieten.

■ ExklusivVertrieb: Erfolgsweg konsequent fortgesetzt

Traditionell nimmt der ExklusivVertrieb in der Betreuung der Kunden von UNIQA eine zentrale Position ein. Um Informationsstand, professionelles Know-how und Motivation von Führungskräften und MitarbeiterInnen im Außendienst sowie von UNIQA GeneralAgenturen stets auf dem höchstmöglichen Niveau zu halten, bietet UNIQA ihren Partnern in diesem Segment eine Fülle von Informations- und Ausbildungsmöglichkeiten. Zur Umsetzung der strategischen Hauptziele lagen die Schwerpunkte dabei für das Jahr 2008 in den Bereichen „Vollkunde“, „Vertriebsausbau“, „Verkaufen statt Verwalten“, „Standarderfüller steigern“ und „Vorsorgeprodukte intensivieren“.

Den Führungs- und Betreuungskräften im ExklusivVertrieb stand im Rahmen des FührungskräfteEntwicklungsForums auch 2008 ein breites Seminarangebot offen. Im Mittelpunkt der angebotenen Trainings stand die gezielte Unterstützung der SeminarteilnehmerInnen, maßgeschneidert auf deren spezifische Aufgaben mit intensivem Praxisbezug. Die Anwendung der entsprechenden Steuerungs-, Führungs- und Marketinginstrumente bildete dabei einen integrativen Schwerpunkt.

2008 begannen wieder mehr als 450 Kundenberater des ExklusivVertriebs mit der Grundausbildung, deren teilweise Neugestaltung aus dem Jahr 2007 sich bestens bewährte. Die Ausbildung orientiert sich nun verstärkt am Kundenmanagement-Prozess, wobei die Anwendung des Lebensbaums als professionelle Beratungsanalyse ein zentrales Thema in der Grundausbildung darstellt.



Mehr als 600 interessierte Teilnehmer aus Österreich und CEE beim UNIQA GeneralAgenturCongress 2008 im Linzer DesignCenter.

■ Fünfter UNIQA GeneralAgenturCongress

Hohe Transparenz und Unterstützung im Vertriebsalltag ist der UNIQA Gruppe bei ihren Partnern im Maklervertrieb ein zentrales Anliegen. Umfassende Information über Entwicklung, Strategie und Produkte von UNIQA bot in diesem Sinn der fünfte UNIQA GeneralAgenturCongress am 8. und 9. Oktober 2008 im Linzer DesignCenter.

Rund 600 Teilnehmer aus Österreich sowie einige besonders interessierte Vertreter von GeneralAgenturen aus Polen, Tschechien, der Slowakei, Ungarn, Kroatien, Rumänien und Bulgarien nahmen an diesem Erfahrungsaustausch über die Entwicklung der letzten Monate und die Einschätzung der Zukunft teil und erhielten gleichzeitig aus erster Hand wertvolle Details über Produktneuheiten, Werbemöglichkeiten u.a.m. Zwölf Messestände, Workshops und eine Podiumsdiskussion boten breiten Raum dafür.

Diese sehr positiv aufgenommene Tagung bildet einen wichtigen Meilenstein in der Stärkung und im Ausbau des UNIQA GeneralAgentur-Systems. Bereits frühzeitig hat UNIQA mit Erfolg auf diese europaweit bewährte Vertriebspartnerschaft gesetzt. Seit 2005 ist die Zahl der Agenturen in Österreich auf 750 General- und PartnerAgenturen angewachsen, über 50 neue Standorte wurden dabei errichtet. Damit gewinnt das GeneralAgentur-System in Österreich für den Gesamtkonzern immer mehr an Bedeutung.

Sehr bewährt hat sich die inhaltliche Neuausrichtung der **GeneralAgentur Akademie**, der zentralen Aus- und Weiterbildungsinstitution von UNIQA für ihre selbständigen Vertriebspartner. Neben der Grundausbildung, in der neuen General- und PartnerAgenten die wichtigsten UNIQA Vorsorge- und Risikolösungen im Rahmen der Vollkundenstrategie vermittelt werden, bietet die GeneralAgentur Akademie nun ein breites Portfolio an vertiefenden Seminarmodulen. Die Themen reichen



Rund 300 Beraterinnen von Raiffeisenbanken sowie hochrangige VertreterInnen der Raiffeisen Bankengruppe, der Politik, der Wirtschaft und der Medien nahmen an einer Veranstaltung unter dem Motto *www = weiblich-wertvoll-womanlife* teil. Ausführlich diskutiert wurden finanzielle, rechtliche und medizinische Aspekte, Rollenerwartungen, Karrierechancen und Geschlechterverhältnis.

hier von Unternehmer & Führungskraft über Produkt & Argumentation oder Verkauf & Profi bis hin zu Arbeiten & Technik. Speziell auf Back-Office-Mitarbeiter abgestimmte Seminare runden die breite Palette ab.

■ Breites Informations- und Ausbildungsangebot für Makler

Auch mit ihrem anspruchsvollen Seminarprogramm zur beruflichen und persönlichen Weiterentwicklung der Makler setzt UNIQA Maßstäbe in Sachen Qualität und Innovation. Das UNIQA MaklerService ist nicht nur der größte Partner der österreichischen Makler, sondern erweist sich oft auch als Vorreiter in der Entwicklung von Branchenstandards. 2008 hat UNIQA hier erneut zahlreiche Akzente gesetzt, die von den Maklern durchwegs gut aufgenommen wurden.

Zentrales Element des Erfolgs von UNIQA bei den freien Vermittlern ist die 1997 gegründete **Maklerakademie (MAK)**, an deren Veranstaltungen und Seminaren bereits mehr als 2.000 Personen teilgenommen haben. Die am meisten gebuchten Seminare der vergangenen Jahre mit Themen aus Wirtschaft, Finanzen und Börse bis hin zu persönlicher Fitness und Mentaltrainings hat die Maklerakademie in Form eines Best-of-Programms an 4.000 Makler verschickt. Die Resonanz auf dieses attraktive Angebot war entsprechend groß: Über 230 Personen besuchten allein 2008 eines der offerierten Module. Die im Rahmen von MAK International veranstalteten Auslandskongresse führten im Mai 2008 insgesamt 120 UNIQA Geschäftspartner in die russischen Metropolen Moskau und St. Petersburg – zwei wichtige Zukunftsmärkte für die österreichische Wirtschaft.

■ Effektive Vertriebsplattform für Makler

Als wichtige Unterstützung in der täglichen Arbeit des Maklers wurde die Vertriebsplattform für Makler (VPM) 2008 um wesentliche Funktionen erweitert. So erleichtert z.B. ein Online-Tarifprogramm den jederzeitigen Zugriff auf das gesamte



Dr. Gottfried Wanitschek
Mitglied des Vorstands

„Kompetenz, Flexibilität und Mobilität unserer MitarbeiterInnen und Partner in ihrer tagtäglichen Arbeit sind die wesentlichen Voraussetzungen für die Realisierung unserer ambitionierten Unternehmensziele.“

Produktportfolio von MaklerSelect, der exklusiven UNIQA Produktlinie für die unabhängigen Vermittler. Offerterstellung und Versicherungsantrag funktionieren damit nun im Wortsinn auf Knopfdruck. Neu gestaltet – und erhöht – wurde auch die Vergütung für Geschäftsfälle, die Makler elektronisch abwickeln. Weitere Verbesserungen bestehen in der elektronischen Übermittlung von Provisionsnoten sowie einer Erweiterung der via VPM zur Verfügung stehenden Detaildaten.

TopCard – attraktive Extras für Makler

- MaklerPLUS24Service: Sofortorganisation von Handwerkern bei Schäden im Büro sowie Hilfe mit Leihpersonal und Leihgeräten
- Attraktive Handy-Tarife in Kooperation mit A1
- 10% Rabatt in vielen APCOA-Garagen
- „Wünsch Dir was!“: Einmal jährlich Hilfe bei der Erfüllung eines Wunsches (Karten für begehrte Kultur- oder Sportevents, schwierige Hotelbuchungen u.ä.)
- Persönlicher UNIQA VitalCoach

■ Kooperationen im Bankenvertrieb weiterhin sehr erfolgreich

Sehr vorteilhaft für alle Partner entwickeln sich weiterhin die Vertriebskooperationen der UNIQA Gruppe mit Banken. Im Vordergrund steht hier die Preferred Partnership mit der Raiffeisen Bankengruppe in Zentral- und Osteuropa, die laufend weiter intensiviert wird. Wichtige positive Impulse vor allem im Bereich der Lebensversicherung bringt daneben auch die Kooperation mit der Veneto Banca Gruppe in Italien. Als Competence Center für den gesamten Bankenvertrieb fungiert dabei in der UNIQA Gruppe die Raiffeisen Versicherung.

Die Kooperation mit Raiffeisen erstreckt sich neben Österreich auf 13 Märkte. Im Vordergrund steht neben dem Angebot kombinierter Bank- und Versicherungsprodukte die schrittweise Einführung von kapitalbildenden Lebensversicherungsprodukten in ausgewählten Märkten. Sowohl für UNIQA als auch für Raiffeisen bringt die wechselseitige Nutzung der Vertriebswege spürbare Synergien.

Um die Performance im Bankenvertrieb noch weiter zu verbessern, hat die Raiffeisen Versicherung 2008 ein Optimierungsprogramm gestartet. Dieses macht die Einhaltung kundenorientierter Qualitätsstandards anhand von Key Performance Indices messbar und zielt auf eine Verkürzung der Reaktions- und Durchlaufzeiten ab. Dazu werden in Summe mehr als 100 Einzelmaßnahmen in verschiedensten Bereichen umgesetzt.

■ Beratungsinitiative zum Thema Vorsorge für Frauen

Das innovative Frauenvorsorgeprogramm Womanlife hat die Raiffeisen Versicherung im Jahr 2008 nicht nur fortgeführt, sondern noch stärker in den Vordergrund gerückt. Gerade die in der Vergangenheit häufig vernachlässigte finanzielle Absicherung von Frauen hat heute hohe Bedeutung. Denn die Durchschnittspensionen von Pensionistinnen liegen derzeit um rund 41% unter jenen von Männern. Um die Aufmerksamkeit verstärkt auf die Notwendigkeit entsprechender Vorsorge zu lenken, veranstaltete die Raiffeisen Versicherung anlässlich des Internationalen Frauentags am 8. März 2008 eine prominent besetzte Matinee in der Wiener Hofburg. Sie bildete gleichzeitig den Auftakt für verstärkte Frauenberatungsaktivitäten in Raiffeisenbanken.