

Strategie

International rentabel wachsen

Konsequente Internationalisierung und eine nachhaltig steigende Rendite – das sind die Kernziele der Expansionsstrategie der UNIQA Gruppe. Auch 2008 hat sie diese Strategie konsequent weiter fortgesetzt, wenn auch unter zuletzt wesentlich schwierigeren Rahmenbedingungen auf den Finanzmärkten.

Die UNIQA Gruppe hält weiterhin an ihren übergeordneten Zielen fest – auch im wesentlich rauerem Umfeld seit dem Ausbruch der internationalen Finanz- und Wirtschaftskrise. Sichtbarer Beleg für den Erfolg der konzentrierten Anstrengungen zur Umsetzung der Wachstumsstrategie war 2008 der neuerlich überproportionale Anstieg des Prämienvolumens um insgesamt 10,4% auf 5.825 Mio. € und vor allem des Prämienaufkommens in Osteuropa um 56,7% auf 1.279 Mio. €. Das Ergebnis vor Steuern hingegen ging aufgrund der Wirtschaftskrise, vor allem durch die Turbulenzen auf den Finanzmärkten, auf 90 Mio. € zurück. Vor diesem Hintergrund hat die UNIQA Gruppe auch ihre Mittelfristprognose bis auf weiteres ausgesetzt.

■ Ziele und Kernstrategien unverändert

Zentrales strategisches Anliegen der UNIQA Gruppe ist es, ihre starke Position in den mittel- und osteuropäischen Märkten auch in Zeiten harten Wettbewerbs und zunehmender Globalisierung zu gewährleisten. Dies soll es der Gruppe einerseits ermöglichen, auf den weitgehend gesättigten Märkten in Österreich und Mitteleuropa erfolgreich zu operieren und gleichzeitig die historischen Chancen in den überaus dynamischen Regionen diesseits und jenseits der EU-Ostgrenze mit ihren 360 Mio. Einwohnern aktiv zu nutzen.

Starke Präsenz in Zentral-, Ost- und Südeuropa



Bei der Umsetzung ihrer Ziele verfolgt UNIQA die folgenden wesentlichen strategischen Ansätze, die durch operationale Aktionspläne abgesichert sind.



Als Richtschnur für den Erfolg in der Umsetzung ihrer Strategie hat die Gruppe für die durchschnittliche Eigenkapitalrendite (vor Steuern) eine Zielmarke von zumindest 20% definiert, für das Ergebnis bestand bisher eine Mittelfristprognose von 430 Mio. € bis 2010. Sie wurde jedoch angesichts des volatilen Marktumfelds wie erwähnt bis auf weiteres ausgesetzt.

Was den Fortgang der Internationalisierung der Gruppe betrifft, wird mittelfristig ein Anteil der internationalen Prämien am Gesamtvolumen der Gruppe von 50% angestrebt, von denen wiederum ein wesentlicher Teil aus Osteuropa stammen soll. Für die einzelnen Wachstumsmärkte in Zentral-, Ost und Südosteuropa bestehen darüber hinaus konkrete mittelfristige Zielwerte für die jeweiligen Marktanteile.

■ Gut positioniert in Zentral-, Ost- und Südosteuropa

Mit 40 Versicherungsunternehmen in insgesamt 20 Märkten, einem Prämienaufkommen von 5,8 Mrd. € und Kapitalanlagen von über 21 Mrd. € hat sich UNIQA in nur wenigen Jahren als einer der führenden Market Player in Zentral-, Ost- und Südosteuropa positioniert. In den letzten Jahren konnte die Gruppe ihren Aktionsradius in Südosteuropa auf Albanien, Mazedonien und den Kosovo erweitern. Gleichzeitig hat sie mit dem Ausbau ihres finanziellen Engagements in Bulgarien und der Ukraine ihre Position in diesen rasch wachsenden Märkten weiter gestärkt.

Letztes Highlight der Expansion war im November 2008 die 100%-Übernahme der UNITA, der sechstgrößten rumänischen Sachversicherung, mit der UNIQA auf einen Schlag einen Marktanteil von über 7% in einem der größten Märkte des europäischen Ostens erwarb.

■ Steigende Bedeutung des internationalen Geschäfts

Derzeit tragen die Märkte in Zentral-, Ost- und Südosteuropa 22% zum Prämienaufkommen der UNIQA Gruppe bei, der Anteil der im internationalen Geschäft insgesamt generierten Prämien lag 2008 bei über 38% und soll auch weiterhin gesteigert werden. Mit dieser zunehmenden Internationalisierung von Geschäftsvolumen wie auch Konzernergebnis diversifiziert die Gruppe nicht nur die Risiken ihres Unternehmensportfolios regional sowie nach Produkten und nach Vertriebswegen, sondern schafft gleichzeitig auch die Basis für die Erfüllung ihrer ehrgeizigen Wachstumsziele.

Dabei verfolgt die UNIQA Gruppe in den einzelnen Regionen eine differenzierte Strategie: In **Österreich** will UNIQA ihre starke Position durch segmentielles, qualitatives Wachstum mit hoher Rendite halten. In den **westeuropäischen Märkten** mit bereits hoher Versicherungsdichte, die 2008 rund 16% zu den Konzernprämien beitrugen, besetzt die Gruppe profitable Nischen und punktet mit exklusiven Angeboten in einzelnen Vertriebswegen wie dem Banken- und dem Maklervertrieb. In **Zentral-, Ost- und Südosteuropa** setzt die UNIQA Gruppe neben der Optimierung ihres finanziellen Engagements auf eine gezielte Steigerung ihrer Marktanteile sowie auf die partnerschaftliche Übernahme der Mehrheit an ihren jeweiligen Beteiligungsunternehmen.

Die Preferred Partnership mit der Raiffeisen International bewährt sich in zahlreichen Märkten Ost- und Südosteuropas.

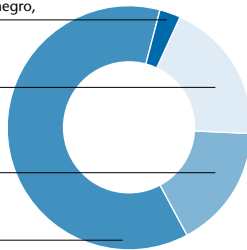


Raiffeisen
INTERNATIONAL
Member of RZB Group

Verrechnetes Prämienvolumen 2008 nach Regionen

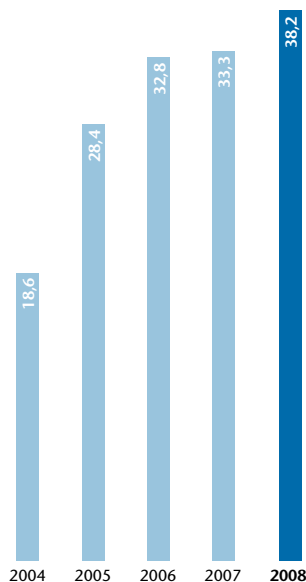
inkl. der Sparanteile der fonds- und indexgebundenen Lebensversicherung
in Mio. €

164	Eastern Emerging Markets (Bulgarien, Montenegro,
2,8%	Rumänien, Serbien, Ukraine)
1.115	Central and Eastern Europe (Bosnien und
19,1%	Herzegowina, Kroatien, Polen, Slowakei,
	Tschechien, Ungarn)
947	Western and Eastern Europe (Deutschland,
16,3%	Italien, Liechtenstein, Schweiz)
3.599	Österreich
61,8%	



Steigender Anteil des internationalen Geschäfts

in %



■ Laufender Ausbau der Marktpresenz in CEE

Um ihre Position in den neuen Märkten gezielt auszubauen, hat UNIQA eine Reihe von Dynamisierungsprojekten im Vertrieb gestartet. Ziel ist es, die jeweiligen Marktanteile im Nicht-Lebensbereich auf 5% bis 7% und in der Lebensversicherung auf 3% zu steigern. Flankierend unterstützt wird der Ausbau der Marktpresenz durch ein gruppenweit einheitliches Marken- und Werbekonzept sowie eine gemeinsame Politik in den Bereichen IT, Personalmanagement sowie Führungskräfteentwicklung.

■ Erfolgreiche Partnerschaft mit Raiffeisen

Sehr bewährt hat sich bei der Durchdringung der neuen Versicherungsmärkte die Preferred Partnership mit der Raiffeisen Bankengruppe. Als effizienter Vertriebsweg erstreckt sich diese Kooperation inzwischen auf 13 ost- und südosteuropäische Länder, in denen durchwegs hoher Nachholbedarf sowohl im Versicherungs- als auch im Bankwesen besteht. Damit profitieren beide Partner von dieser Zusammenarbeit, die auch für die Zukunft überdurchschnittliches Wachstum erwarten lässt. Seit 2004, dem ersten Jahr der Kooperation, ist das gemeinsam generierte Prämienvolumen auf über 380 Mio. € im Jahr 2008 gestiegen.

■ Innovationsführerschaft sichert Wettbewerbsvorsprung

Auf diesem expansiven Weg wird die UNIQA Gruppe ihre Stärken als Produktpionier und Innovationsführer weiterhin konsequent nutzen. Auch in Zukunft lautet der Anspruch des Unternehmens, frühzeitig Themen der Zukunft zu besetzen und damit seinen Ruf als Trendsetter nachhaltig zu bestätigen.

UNIQA blickt auf eine lange Tradition innovativer Produktgestaltung zurück, die ihr einen klaren Wettbewerbsvorsprung im Markt sichert. Beispiele der letzten Zeit sind etwa die erste kilometerabhängige Autoversicherung mit zusätzlichen Sicherheits-Features oder ein hoch innovatives Produkt für die



Dr. Konstantin Klien
Vorsitzender des Vorstands

„Internationales Wachstum und nachhaltige Renditesteigerung, ermöglicht durch exzellente Performance, Innovationsführerschaft und laufende Optimierung – das sind unsere zentralen Ziele, gestern, heute und auch morgen.“

langfristige Altersvorsorge, das Elemente der klassischen und der fondsgebundenen Lebensversicherung in einem Produkt flexibel miteinander verbindet und dadurch jederzeit an die aktuellen Bedürfnisse des Kunden angepasst werden kann. Als Marktführer in der Krankenversicherung sorgte UNIQA durch eine Kombination von anspruchsvollem medizinischem Versicherungsschutz mit effektiven Präventionsmaßnahmen und sinnvollen Assistance-Leistungen für neue Standards. Innovative Services für Sonderklasse-Kunden sowie maßgeschneiderte Angebote für Kinder und Jugendliche oder Expatriates runden das Portfolio ab.

■ Kundenbindung durch Produktdifferenzierung

Ergänzt werden die innovativen Produkte durch eine breite Palette von Service-Instrumenten, die für den Kunden attraktiven Mehrwert schaffen und dadurch die Bindung an das Unternehmen erhöhen. UNIQA beweist damit ihre 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. Sehr gut angenommen werden etwa Angebote wie das umfassende Informationsservice **UNIQA Companion**, die **UNIQA QualitätsPartnerschaft** oder die sehr beliebte **Unwetterwarnung** per SMS und E-Mail.

Als weiteren Erfolgsfaktor kultiviert UNIQA die innovative Lösungskompetenz ihrer MitarbeiterInnen durch permanente Weiterbildung im Rahmen maßgeschneiderter Mitarbeiterentwicklung. Die hervorragende Qualität des Humankapitals auf allen Ebenen ist essentiell für die erfolgreiche Umsetzung der Unternehmensstrategie und wird deshalb durch anspruchsvolles Personalmanagement laufend gepflegt und entwickelt. Dazu zählen auch Flexibilität und Mobilität über die Ländergrenzen hinweg.

■ EBRD stärkt finanziellen Spielraum

Einen wichtigen Beitrag zur Expansion von UNIQA in Osteuropa leistet die European Bank for Reconstruction and Development (EBRD). 2007 erhöhte sie den finanziellen Rahmen für die Zusammenarbeit von zuvor 70 Mio. € auf nunmehr 150 Mio. €. Damit stehen UNIQA nun deutlich höhere Mittel für Minderheitsbeteiligungen der EBRD an UNIQA Gesellschaften in Zentral- und Osteuropa zur Verfügung.

■ Konsequente Prozessoptimierung

Weiteren Spielraum für die nachhaltige Expansion schafft das dritte UNIQA ErgebnisVerbesserungsProgram 2007–2010. Es soll bis 2010 eine deutliche Verbesserung des Ergebnisses der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit bringen. Zu diesem Zweck ist UNIQA im Rahmen konkreter Maßnahmenpläne bestrebt, ihre Schaden- und Kostenquoten weiter spürbar zu senken, Strukturen zu verdichten, Doppelfunktionen im Konzern zu eliminieren oder Aufgaben durch Outsourcing an internationale Konzerngesellschaften kostengünstig zu verlagern.



Mag. Hannes Bogner
Mitglied des Vorstands

**Dr. Andreas
Brandstetter, MBA**
Mitglied des Vorstands

Dr. Konstantin Klien
Vorsitzender des Vorstands

Karl Unger
Mitglied des Vorstands

**Dr. Gottfried
Wanitschek**
Mitglied des Vorstands

Mag. Hannes Bogner
Mitglied des Vorstands

- ☐ Geboren 1959
- ☐ Studium der Betriebswirtschaft

Mag. Bogner ist seit 1994 in der UNIQA Gruppe beschäftigt und wurde 1998 in den Vorstand berufen. Davor war er bei der THS Treuhand Wirtschaftsprüfungsgesellschaft in Salzburg und bei PwC PricewaterhouseCoopers in Wien beschäftigt. Mag. Bogner wurde 1988 zum Steuerberater und 1993 zum beeideten Wirtschaftsprüfer bestellt.

- ☐ Zuständigkeitsbereiche: Konzernrechnungswesen, Planung und Controlling, Vermögensveranlagung (Back-Office), Investor Relations, Industriekunden- und Rückversicherungspolitik
- ☐ Länderverantwortung: Deutschland, Italien, Polen, Schweiz

Dr. Andreas Brandstetter, MBA
Mitglied des Vorstands

- ☐ Geboren 1969
- ☐ Studium der Politikwissenschaften und Geschichte

Dr. Brandstetter trat 1997 in den Konzern ein und war für die Umstrukturierung der UNIQA Versicherungen AG im Jahr 1999 verantwortlich, in deren Vorstand er 2002 berufen wurde. Zuvor war er Leiter des EÜ-Büros des Österreichischen Raiffeisenverbands in Brüssel und absolvierte ein MBA-Programm an der California State University.

- ☐ Zuständigkeitsbereiche: Neue Märkte, Mergers & Acquisitions, Vertriebspolitik Banken
- ☐ Länderverantwortung: Albanien, Bulgarien, Kosovo, Mazedonien, Montenegro, Rumänien, Russland, Serbien, Slowenien, Ukraine

Dr. Konstantin Klien
Vorsitzender des Vorstands

- ☐ Geboren 1951
- ☐ Studium der Wirtschaftswissenschaften

Dr. Klien trat im Oktober 2000 als stellvertretender Vorsitzender des Vorstands in die UNIQA Gruppe ein. Seit 1. Jänner 2002 ist er Vorsitzender des Vorstands und Generaldirektor der UNIQA Versicherungen AG. Dr. Klien begann seine berufliche Laufbahn bei Arthur Andersen und wechselte 1978 zur Nordstern Versicherung, wo er 1986 in den Vorstand berufen wurde. 1991 wurde er Vorstandsvorsitzender der Holding AXA Österreich und übte ab 1996 auch leitende Funktionen für die AXA Gesellschaften in Mitteleuropa aus.

- ☐ Zuständigkeitsbereiche: Konzernsteuerung, Vertrieb, Planung und Controlling, Personal, Marketing, Kommunikation, Investor Relations, Revision
- ☐ Länderverantwortung: Österreich

Karl Unger
Mitglied des Vorstands

- ☐ Geboren 1953
- ☐ Studium der Versicherungsmathematik

Karl Unger begann seine berufliche Laufbahn 1979 als Versicherungsmathematiker bei der Volksfürsorge Versicherung. Später wechselte er zur Nordstern Versicherung, wo er 1994 in den Vorstand berufen wurde und das Lebensversicherungsressort übernahm. 1999 übernahm Karl Unger zentraleuropäische Verantwortung innerhalb der AXA Gruppe. 2001 wechselte er als Leiter der Stabsstelle Unternehmensplanung zu UNIQA und wurde 2002 Vorstand der UNIQA Versicherungen AG.

- ☐ Zuständigkeitsbereiche: Privatkundengeschäft, IT, Betriebsorganisation, Kundenservice, Konzernaktuariat, Risikomanagement
- ☐ Länderverantwortung: Liechtenstein, Slowakei, Ungarn

Dr. Gottfried Wanitschek
Mitglied des Vorstands

- ☐ Geboren 1955
- ☐ Studium der Rechtswissenschaften

Dr. Wanitschek trat bereits in den 80er-Jahren in die Versicherungswirtschaft ein und war zuerst Leiter des Rechtsbüros und später Generalsekretär der Raiffeisen Versicherung AG. Von 1991 bis zu seiner Berufung in den Vorstand der UNIQA Versicherungen AG im Jahr 1997 war er Vorstand der Beteiligungsholding Leipnik-Lundenburger Industrie AG, Geschäftsführer der Kurier GmbH, Mitglied der Geschäftsführung der Mediaprint und Vorstand der Zeitschriften-Verlagsbeteiligungs-AG.

- ☐ Zuständigkeitsbereiche: Vermögensveranlagung (Front-Office), Beteiligungen, Immobilien, Recht, Verwaltung, Revision
- ☐ Länderverantwortung: Bosnien und Herzegowina, Kroatien, Tschechien