

Strategie

Konzept der Internationalisierung bewährt sich

Ungeachtet des in den vergangenen Jahren schwierigeren gesamtwirtschaftlichen Umfeldes ist die UNIQA Gruppe ihrer langfristig angelegten Expansionsstrategie in den zukünftigen Wachstumsmärkten Europas treu geblieben und setzt auch weiterhin auf Internationalisierung und eine auch für Solvency II wichtige regionale Diversifikation. Wachstumsmotor ist dabei nach wie vor der Osten und Südosten Europas. Rund ein Jahrzehnt nach dem Start ihrer Expansion ist die Gruppe heute mit über 40 Versicherungsunternehmen in 21 Märkten erfolgreich. Oberstes Ziel ist dabei weiterhin eine nachhaltig steigende Rendite bei flächen-deckender Präsenz zwecks Risikostreuung.

Auch wenn die UNIQA Gruppe ihre konkrete Mittelfristprognose angesichts der Marktunsicherheiten bis auf weiteres ausgesetzt hat, bleiben ihre übergeordneten Ziele unverändert. 2010 hat die konsequente Umsetzung der Wachstumsstrategie auch wieder zu sehr positiven Resultaten geführt: Mit einem Prämienvolumen von insgesamt 6.224 Mio. € schloss die UNIQA Gruppe nach zwei sehr herausfordernden Jahren wieder an ihre langjährige Wachstumsdynamik an. Das Prämienaufkommen in Osteuropa steigerte sich dabei sogar um 12,2%. Das Ergebnis vor Steuern der Gruppe konnte ebenfalls um 53% auf 153 Mio. € verbessert werden.

■ Expansionsstrategie wird fortgeführt

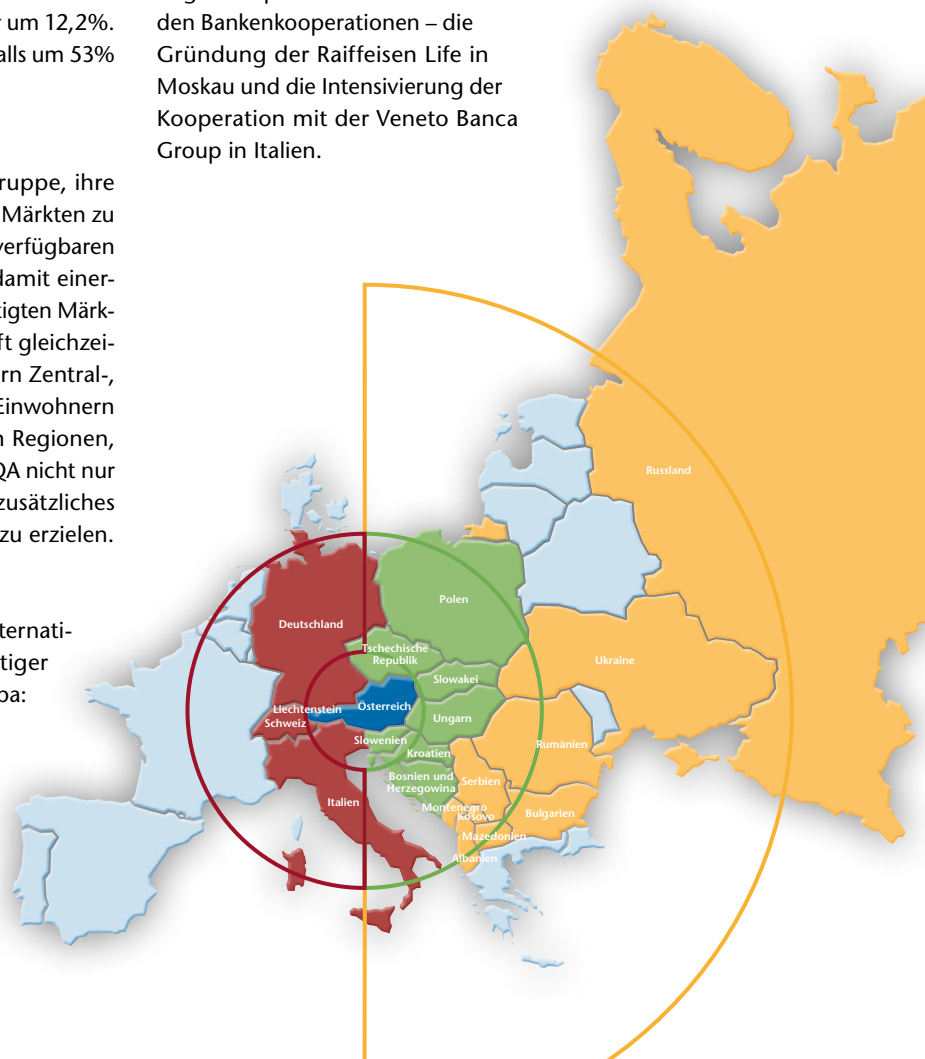
Weiterhin ist es strategisches Ziel der UNIQA Gruppe, ihre starke Position in den mittel- und osteuropäischen Märkten zu konsolidieren und mit Augenmaß hinsichtlich des verfügbaren Kapitals weiter auszubauen. Die Gruppe sichert damit einerseits ihr erfolgreiches Geschäft in den nahezu gesättigten Märkten in Österreich und Mitteleuropa ab und schöpft gleichzeitig die nach wie vor hohen Chancen in den Ländern Zentral-, Ost- und Südosteuropas mit ihren rund 350 Mio. Einwohnern aktiv aus. Die immer stärkere Diversifikation nach Regionen, Produkten sowie auch Vertriebswegen bringt UNIQA nicht nur eine breitere Risikostreuung, sondern birgt auch zusätzliches Potenzial, das angestrebte Wachstum tatsächlich zu erzielen.

■ Stark in Zentral- und Osteuropa

Nach elf Jahren konsequenter Umsetzung ihrer Internationalisierungsstrategie ist UNIQA heute ein wichtiger Marktteilnehmer in Zentral-, Ost- und Südosteuropa:

Mit über 40 Versicherungsunternehmen in insgesamt 21 Märkten, einem Prämienaufkommen von über 6,2 Mrd. € und Kapitalanlagen von über 24 Mrd. € hat sich UNIQA eine beachtliche Position in dieser interessanten und wachstumsstarken Region erarbeitet. Sehr bewährt haben sich dabei 2010 die beiden zuletzt erfolgten Expansionsschritte bei den Bankenkooperationen – die Gründung der Raiffeisen Life in Moskau und die Intensivierung der Kooperation mit der Veneto Banca Group in Italien.

Starke Präsenz in Zentral-, Ost- und Südosteuropa



Highlights

2006-2010	Zweite Expansionswelle in den Eastern Emerging Markets und Start-up in Russland
2004	Start Preferred Partnership mit Raiffeisen
2003	Rahmenabkommen EBRD
2001	UNIQA im prime market der Wiener Börse
2000-2005	Erste Expansionswelle in Zentral- und Westeuropa
1999	Gründung UNIQA



Hervorragend auf dem Markt etabliert und mittlerweile von vielen UNIQA Tochtergesellschaften angeboten ist die bereits 2004 eingeführte Unwetterwarnung. Seit kurzem gibt es dieses Service auch in Serbien.

Ausbau der internationalen Position

Für die Umsetzung der Internationalisierungsstrategie besteht weiterhin das Ziel, den Anteil der internationalen Prämien am Gesamtvolumen langfristig auf zumindest 50% zu steigern, von denen wiederum ein bedeutender Teil in Osteuropa erwirtschaftet werden soll. Derzeit liegt der Anteil der im internationalen Geschäft der UNIQA Gruppe generierten Prämien angesichts des steigenden Internationalisierungsniveaus bei 38,5%. Noch Anfang 2000 war dieser Anteil bei 5,9% gelegen. Die Märkte in Zentral-, Ost- und Südosteuropa leisten dazu mit 20,8% des Prämienaufkommens der Gruppe einen immer bedeutenderen Beitrag. Aus den westeuropäischen Märkten stammten 2010 rund 17,7% der Konzernprämien.

Das zusätzliche Ziel, in den einzelnen Wachstumsmärkten in Zentral-, Ost und Südosteuropa im Sinn der Kostendegression jeweils einen Marktanteil von 5% im Nicht-Lebenbereich sowie von 3% im Bereich der Lebensversicherung zu erreichen, wurde 2010 bereits in fast allen Ländern erreicht. Nunmehr soll vor allem bei der Lebensversicherung durch organisches Wachstum eine weitere Steigerung erzielt werden.

Starke Position in Österreich ertragsseitig weiter optimieren

In den einzelnen Regionen verfolgt die UNIQA Gruppe dabei eine differenzierte, dem Reifegrad und den Möglichkeiten des jeweiligen Marktes entsprechende Strategie: Im Heimmarkt Österreich wird UNIQA ihre starke Position durch segmentielles, qualitatives Wachstum bei hoher Rendite sichern. In den westeuropäischen Märkten, die eine bereits hohe Versicherungsdichte aufweisen, bearbeitet die Gruppe profitable Nischen und setzt auf exklusive Angebote in einzelnen Vertriebswegen wie dem Banken- und dem Maklervertrieb.

In Zentral-, Ost und Südosteuropa wiederum strebt UNIQA eine gezielte Steigerung ihrer Marktanteile als Kompositversi-

cherer an. Zur Erreichung dieses Ziels wurde eine Reihe von Dynamisierungsprojekten im Vertrieb gestartet. Als Grundlage für den Ausbau der Marktpräsenz dient dabei ein gruppenweit einheitliches Marken- und Werbekonzept, eine gemeinsame Vertriebspolitik und eine abgestimmte Vorgehensweise in den Bereichen IT, Personalmanagement sowie Führungskräfteentwicklung.

Ausbau der Bankkooperationen

Ein für die Durchdringung der neuen Versicherungsmärkte ganz wesentlicher Erfolgsfaktor ist die Preferred Partnership der UNIQA Gruppe mit der Raiffeisen Bankengruppe mit ihren über 15 Mio. Kunden. Diese Kooperation erstreckt sich inzwischen auf 14 ost- und südosteuropäische Länder, die durchwegs beachtlichen Nachholbedarf sowohl im Versicherungs- als auch im Bankwesen aufweisen. Beide Partner profitieren von dieser Zusammenarbeit, die aufgrund des erwarteten überdurchschnittlichen Wachstums in der Region auch für die Zukunft positive Aussichten bietet. Seit 2004, dem ersten Jahr der Kooperation, ist das gemeinsam generierte Prämienvolumen auf 3,09 Mio. € im Jahr 2010 gestiegen.

Innovationsführer bei Produkten und Kundenbindung

UNIQA blickt auf eine lange Tradition innovativer Produktgestaltung zurück, die ihr einen klaren Wettbewerbsvorsprung im Markt sichert. Die Gruppe erfüllt damit ihren Anspruch, Markttrends frühzeitig aufzugreifen und Themen der Zukunft als Trendsetter aktiv zu besetzen. Auch für die Zukunft sieht UNIQA die Position des Produktpioniers und Innovationsführers als wichtigen Expansionstreiber und Erfolgsfaktor.

Zweites wesentliches Element in der erfolgreichen Marktbearbeitung ist für UNIQA gezielte Kundenbindung durch attraktive Serviceleistungen, die für den Kunden spürbaren Mehrwert schaffen und dadurch das Thema Versicherung unmittelbar

BLICKPUNKT ZUKUNFT

Risikooptimiertes und
diversifiziertes
Kapitalmanagement
unter Solvency II

Starke Position
im Heimmarkt
Österreich ertragsseitig
optimieren

positiv erlebbar machen. Durch ihre hohe Kompetenz in der Entwicklung von Produkten mit Zusatz-Features und eigenständigem Charakter stärkt UNIQA das Markenimage und unterstützt damit sowohl die Akquisition von Neukunden als auch gezieltes Cross-Selling im Sinn der Vollkunden-Strategie. Sehr gut angenommen werden etwa Angebote wie die UNIQA QualitätsPartnerschaft mit über 450.000 Kunden oder das umfassende Kundenportal myUNIQA.at.

Beispiele für Produkt- und Serviceinnovationen der letzten Zeit sind etwa die UNIQA Mobile Services, die seit 2010 im Rahmen von SafeLine und weiteren Sachversicherungen eine rasche und unkomplizierte Schadenmeldung via Smartphone ermöglichen, oder die kontinuierlich um neue Services erweiterten Unwetterwarnungen via SMS und E-Mail. Mit SafeLine hat UNIQA 2007 als erste österreichische Versicherung eine mit einzigartigen Sicherheitsbausteinen ausgestattete und von der Fahrleistung abhängige Kfz-Versicherung auf den Markt gebracht, die umweltbewusste Kunden mit einer Prämienersparnis belohnt. Zahlreiche innovative Sicherheits- und Service-Features ergänzen das Produkt – einmalig ist etwa der Crash-Sensor, der im Fall eines Unfalls automatisch die Einsatzzentrale des ÖAMTC alarmiert.

Vollkommen neuartige Produkte wie das individuelle und flexible Vorsorgepaket FlexSolution, das erstmals klassische und fondsgebundene Elemente der Lebensversicherung variabel kombinierte, sicherten UNIQA ihre Marktführerschaft in diesem Bereich. Laufend optimiert werden zudem der Bereich Pflegeversicherung oder die prämienbegünstigte Zukunftsvorsorge „Pension & Garantie“ mit ihrem Lebenszyklusmodell, das eine altersabhängige, stufenweise Anpassung der Mindestaktienquote ermöglicht.

■ Laufende Prozessoptimierung

Auch perfektes Funktionieren aller Prozesse des Versicherungsgeschäfts zählt zu den Vorgaben für alle Unternehmen der UNIQA Gruppe. Systematisch wird deshalb an laufender Optimierung in allen Bereichen gearbeitet. Ziel ist neben einer Verbesserung der operativen Leistung naturgemäß auch eine kontinuierliche Ergebnissteigerung. Durch das dritte UNIQA Ergebnisverbesserungsprogramm 2007–2010 konnte in diesem Sinn eine deutliche Verbesserung des Ergebnisses der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit erzielt werden. UNIQA hat hier im Rahmen konkreter Maßnahmenpläne daran gearbeitet, 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.

■ Mitarbeiterentwicklung

Entscheidend tragen zum Erfolg der UNIQA Gruppe auch die hoch motivierten, professionellen MitarbeiterInnen bei. Ihre Kenntnisse und Kompetenzen werden durch permanente Weiterbildung im Rahmen maßgeschneiderter Mitarbeiterentwicklungsprogramme gezielt geschult und gestärkt. Dazu zählen auch Flexibilität und Mobilität jenseits von Ländergrenzen und die internationale ManagerAkademie für Führungskräfte.

■ EBRD erweitert finanziellen Spielraum

Dank der Unterstützung durch die European Bank for Reconstruction and Development (EBRD) stehen UNIQA substanzielle Mittel für Minderheitsbeteiligungen der EBRD an UNIQA Gesellschaften in Zentral- und Osteuropa zur Verfügung. Bereits 2007 erhöhte die EBRD den finanziellen Rahmen für die Zusammenarbeit von zuvor 70 Mio. € auf nunmehr 150 Mio. €.

Ausbau der Banken-
kooperationen in 15
Ländern mit
15 Mio. Bankkunden

Optimierung des
internationalen
Manager-
potenzials

Innovations-
führer bei
Produkten und
Kundenbindung

Neue Medien
mit der
klassischen
IT-Architektur
stärker
verbinden

Ausbau der inter-
nationalen Position
im neuen Osteuropa
mit 350 Mio.
Einwohnern



Dr. Konstantin Klien
Vorsitzender des Vorstands

„Der erfolgreiche Weg von UNIQA zum europäischen Player bestätigt unsere Strategie, bei der Internationalisierung und regionalen Diversifikation gleichermaßen auf Ost- und Westeuropa zu setzen und zugleich den Heimmarkt Österreich zu forcieren. Wir werden auch in Zukunft unsere Konzentration vor allem auf jene 21 europäischen Märkte richten, in denen UNIQA bereits tätig ist. Indem wir das vorhandene Wachstumspotenzial nutzen, werden wir die Internationalisierung des Konzerns weiterhin mit Augenmaß ausbauen. VON ÖSTERREICH NACH EUROPA.“

■ Risikooptimiertes Kapitalmanagement unter Solvency II

Eine wichtige Herausforderung für die gesamte Branche stellen die neuen Risikovorschriften und Eigenkapitalanforderungen für Versicherungen dar, die in Form einer EU-Richtlinie unter dem Titel „Solvency II“ 2013 in Kraft treten sollen. Wenn auch die konkreten Auswirkungen noch nicht im Detail eingeschätzt werden können, dürften sich jedenfalls Änderungen bei den Geschäftsmodellen, im Beteiligungsbereich, bei den Produkten und bei der Vermögensveranlagung von Versicherungen erge-

ben. Zudem ist mit einer erheblichen Kostenbelastung durch – aus Sicht von UNIQA überschießende – Administration zu rechnen. Allein für UNIQA dürften die neuen Regelungen zusätzliche Aufwendungen in der Größenordnung von 4 Mio. € pro Jahr sowie Einmalkosten von 16 Mio. € bringen. Gerade im Bereich der Lebensversicherung werden in der Produktentwicklung bereits Maßnahmen in diese Richtung gesetzt, um für die Kunden von UNIQA auch unter den neuen Rahmenbedingungen attraktive Produkte zur Verfügung zu stellen.

Kunden & Märkte

Partnerschaft mit Qualität

Durch erstklassiges Service und zahlreiche attraktive Zusatzfeatures im Rahmen der Qualitäts- bzw. der ErfolgsPartnerschaft macht UNIQA die Vorteile wirklich gelebter individueller Betreuung für ihre Kunden unmittelbar spürbar. Die kontinuierliche Weiterentwicklung des Leistungs- und Produktportfolios steht für die Vorreiterrolle von UNIQA hinsichtlich flexibel gestaltbarer, innovativer Produkte mit Mehrwert. Im Sinn der Vollkunden-Strategie entstehen dadurch gleichzeitig interessante Möglichkeiten der Kundenbindung.

■ Innovation im Dienst des Kunden

UNIQA setzt in ihrer Produktentwicklung darauf, durch überraschende und sinnvolle Innovationen immer neue Alleinstellungsmerkmale zu schaffen. Den allgemeinen Trend zum All-Inclusive-Dienstleister mit umfassenden Assistance-Leistungen hat UNIQA dabei in der Produktentwicklung schon frühzeitig vorweggenommen. Zusatznutzen durch die breit gefächerten und meist kostenlosen UNIQA Vorteilspakete emotionalisieren die Versicherung als Gesamtlösung für den Kunden. Dies stärkt nicht nur die Bindung des einzelnen Kunden an das Unternehmen, sondern auch das Image der Marke UNIQA insgesamt. Gleichzeitig werden dadurch im Sinn der Vollkunden-Strategie Neukunden akquiriert und gezieltes Cross-Selling bei bestehenden Kunden unterstützt.

■ Die UNIQA QualitätsPartnerschaft – beispielgebend in Sachen Customer Care für Privatkunden

2003 ins Leben gerufen, überzeugt die QualitätsPartnerschaft nach wie vor durch ihre attraktiven und innovativen Services im Bereich der Privatkunden. Das hervorragend angenommene Kundenbindungs-Tool kann mittlerweile über 450.000 abgeschlossene Partnerschaften vorweisen. Seine zentralen Elemente bestehen in exklusiver Kundenbetreuung sowie vollkommener Transparenz über alle Versicherungsverträge und Zahlungsabläufe, verknüpft mit einem attraktiven Portfolio spezifischer Vergünstigungen und Features.

Dazu zählen z. B. die Mitgliedschaft im UNIQA VitalClub, Österreichs größtem Gesundheitsprogramm, Betreuung und Beratung durch einen ExklusivBetreuer oder die Inanspruchnahme eines „Schadenfrei-Bonus“. Absolute Transparenz zu sämtlichen Verträgen und Transaktionen erhalten die Kunden über das PartnerConto, die „finanzielle Drehschreibe“ für die gesamte Kundenbeziehung, sowie das Kundenportal myUNIQA.at. Als weiteres Highlight können Kunden wertvolle Partner-Punkte sammeln und diese gegen verschiedene attraktive Leistungen eintauschen. Zudem wird das Angebot laufend erwei-

tert und verbessert – und für 2011 ist ein kompletter Relaunch der QualitätsPartnerschaft geplant, um dieses Kundenbindungsinstrument verstärkt auszubauen.

■ Pionier bei außergewöhnlichen Assistance-Leistungen

Als Vorreiter für innovative und kundengerechte Assistance baut UNIQA auch ihre Serviceleistungen kontinuierlich aus. So begegnet UNIQA etwa im Bereich Gesundheit und Vorsorge mit dem Versicherungs- und Vorsorgeprodukt Privat Supreme, dem aktiven Gesundheitserhaltungsprogramm VitalPlanPLUS, dem VitalClub mit Angeboten und Leistungen zu den Themen Gesundheit, Fitness und Wellbeing sowie der Pflegevorsorge CarePLUS dem steigenden Bedarf an Rundum-Betreuung mit neuen Zusatzservices. Im Bereich der Pflegeversicherung steht das Unternehmen seinen Kunden z. B. mit umfassender telefonischer Beratung in allen Fragen zum Thema Pflege sowie mit Hilfe bei der Koordination und Organisation des Pflegealltags zur Seite.

Im Kraftfahrzeugbereich bieten das hervorragend etablierte Produkt SafeLine und das AutoPLUS24service Kunden ebenfalls einzigartige Assistance-Leistungen. So sorgt SafeLine durch einen Crash-Sensor für sofortige Hilfe im Fall eines Unfalles, während der ebenfalls mit SafeLine verbundene UNIQA Car-Finder bei Diebstahl die Wiederauffindung des Fahrzeugs im In- und Ausland unterstützt. Mit AutoPLUS24 wiederum stehen europaweit 14 Service-Leistungen – vom Abschleppdienst bis zur Kinderrückholung – rund um die Uhr zur Verfügung.

Auch Wassersportlern bietet UNIQA seit Juni 2010 ein attraktives Service: Auf dem neuen UNIQA Segelwetterportal sind Windvorhersagen und -analysen, animierte Wetterkarten für jeden See in Österreich, Wassertemperaturen oder die maximale UV-Strahlung abrufbar. Für Seilbahnkunden hat UNIQA das erfolgreiche Konzept der Unwetterwarnung weiterentwickelt

Highlights

2010	Attraktive neue UNIQA Mobile Services für Smartphone-Applikationen
2007	Launch UNIQA ErfolgsPartnerschaft
2004	Einführung UNIQA Unwetterwarnung
2003	Einführung UNIQA QualitätsPartnerschaft
Seit 2003	UNIQA vertrauenswürdigste Versicherungsmarke in Österreich
2000	Einführung MedUNIQA



Exklusives Service bietet die schnelle, einfache und bequeme Schadenmeldung via Smartphone. Die neuen Applikationen für die UNIQA MobileServices stehen Kunden kostenlos zum Download zur Verfügung.

und den Versicherungsnehmern sehr erfolgreich als Zusatzprodukt zur Verfügung gestellt. Das Seilbahnwetterinformationssystem (SEWIS) bietet punktgenaue Informationen für den Seilbahnbetreiber. So ist es aufgrund exakter Wetterprognosen z. B. möglich, den Ressourceneinsatz bei der Beschneidung ökonomisch und ökologisch effizient zu planen und durchzuführen.

Darüber hinaus ermöglicht das 2007 eingeführte internationale Servicepaket UNIQA Companion den Zugang zu produktunabhängigen Informationen zu den Themen Mobilität, Soziales, Haushalt, Gesundheit und Lifestyle. Konsultiert werden kann die Companion Hotline in 70 ausgewählten Service Points in sieben europäischen Ländern oder telefonisch an 365 Tagen im Jahr, rund um die Uhr sowie in der jeweiligen Muttersprache. Im Jahr 2010 ergänzte UNIQA ihr Angebot in Österreich um das neue Rechtsanwalts-Portal, das für Kunden eine beschleunigte Schadenbearbeitung mit erhöhter Datensicherheit durch eine effizientere und rechtssichere Kommunikation zwischen Rechtsanwälten und Versicherungsunternehmen bietet.

■ UNIQA Unwetterwarnung um neue Services erweitert

Hervorragend auf dem Markt etabliert ist die bereits 2004 von UNIQA eingeführte Unwetterwarnung als Zusatzservice zur Schadenvermeidung. Neben Österreich wird dieser Dienst mittlerweile auch von den Tochtergesellschaften in Ungarn, Polen, der Tschechischen Republik und Rumänien sowie seit kurzem auch in Serbien, Montenegro und Kroatien angeboten. Durch Akutwarnungen per SMS und E-Mail werden die regional betroffenen Kunden auf drohenden Starkregen, ergiebige Neuschneemengen, Hagelgewitter, Eisregen oder Sturm aufmerksam gemacht. Im Fall von Sturmwarnungen richtete UNIQA gemeinsam mit der Raiffeisen Versicherung auch eine kostenlose Telefon-Hotline ein, um rasche Hilfe bei Sturmschäden zu gewährleisten. Zusätzlich erhalten Kunden Expertenberatung in Versicherungsfragen.

Aufgrund der wiederkehrenden Überschwemmungen der letzten Jahre hat UNIQA gemeinsam mit UBIMET, Österreichs größtem privatem Wetterdienst, ein Hochwasser-Informationssystem entwickelt, das Kunden auf lokaler Ebene bei drohendem Hochwasser verständigt. Seit 2010 erhalten die Benutzer der UNIQA Unwetterwarnung die für sie relevanten Hochwasser-Warnungen direkt per SMS und E-Mail. Für die Wintermonate wurden die Warnhinweise zu den Straßenverhältnissen zusätzlich ausgebaut, um das erhöhte Unfallrisiko in der kalten Jahreszeit zu reduzieren. Zudem starteten UNIQA, Raiffeisen Versicherung und Salzburger Landes-Versicherung 2010 ein neues Service, das Kunden via SMS vor lokal drohenden Schneedruckschäden informiert. Insgesamt wurden im Rahmen dieses beliebten Zusatzangebots von UNIQA in den letzten sechs Jahren mehr als 27 Mio. Warnungen an rund 370.000 Privatkunden sowie 1.190 Gemeinden in Österreich versendet – allein 2010 waren es über 6 Mio. Mitteilungen.

■ UNIQA goes Apps

Mit den neuen UNIQA MobileServices können seit Mai 2010 direkt von der Unfallstelle Kfz-Kasko-Schadenmeldungen kostenlos über iPhone und BlackBerry an UNIQA gesendet werden. Schäden am Fahrzeug können einfach durch eine Skizze via Touch-Screen übermittelt und gegebenenfalls durch Fotos vom Unfallort ergänzt werden; gleichzeitig bestimmt das Smartphone über GPS den genauen Unfallort. Mit der Applikation wird zusätzlich eine Notfall-Hotline angeboten, die Kunden im In- und Ausland auch telefonisch zur Verfügung steht. UNIQA integriert damit die dynamische Entwicklung der Smartphone-Applikationen in den Servicebereich und stellt dadurch eine höchst effiziente Schadenerledigung sicher. Seit November 2010 bietet auch Raiffeisen dieses Service an.



Sehr beliebt auf dem Webportal www.meduniqa.at sind die UNIQA VitalCoaches. Aufgrund des großen Erfolges startete bereits die zweite Staffel der Podcasts mit Stephan Eberharter und Rudi Roubinek rund um das Thema Gesundheit und Fitness.



Zu den als Superbrands 2010 ausgezeichneten Marken zählt neben den ungarischen und bosnischen Tochtergesellschaften auch die kroatische UNIQA osiguranje d.d.

Mehr als 5.000 Kunden mit Smartphones haben sich das neue Service seit Mai 2010 bereits heruntergeladen. Aufgrund der zunehmenden Marktdurchdringung mit Smartphones kann künftig ein beträchtlicher Teil der Kfz-Schadenfälle über die neue Applikation im Sinne des Kunden noch rascher und effizienter abgewickelt werden. Die innovative Kfz-Kasko-Schadenmeldung bildete jedoch erst den Auftakt einer Reihe weiterer Applikationen: Im Dezember 2010 lancierte UNIQA gemeinsam mit Raiffeisen Versicherung und Salzburger Landesversicherung die Schadenmeldung via Smartphone auch für die Wohnungs- oder Eigenheimversicherung. Weitere MobileServices wird UNIQA im Jahr 2011 auf den Markt bringen.

■ UNIQA VitalClub: Allround-Gesundheitsprogramm kombiniert mit Lifestyle

Als Antwort auf immer höhere Stresslevels und einen Mangel an Bewegung in breiten Bevölkerungsschichten startete UNIQA als führender Krankenversicherer des Landes bereits vor fast 20 Jahren das größte Gesundheitsprogramm Österreichs – und damit gleichzeitig ein effektives Kundenbindungsinstrument. Der sehr gut angenommene UNIQA VitalClub vereint dazu ein breites Portfolio an attraktiven Angeboten in den Bereichen Bewegung, Ernährung und mentale Fitness.

Die UNIQA VitalCoaches fungieren dabei als ganzheitliche persönliche Betreuer und unterstützen die Kunden individuell bei der aktiven Erhaltung bzw. Förderung ihrer Gesundheit und Vitalität. Rund um diese persönliche Beratung wird eine breite Palette an Aktivitäten und Informationen geboten – von attraktiven VitalSeminaren bis hin zur kostenlosen UNIQA VitalEdition, einer Publikationsreihe mit umfangreichen Informationen und Tipps zu Gesundheitsthemen. Exklusive Vorteile für TopPartner bieten weiters der UNIQA VitalTag und das VitalSeminar Golf & Motivation. Im Jahr 2010 wurde der VitalClub um Vertriebsprojekte weiterentwickelt, die verkaufsunterstützend wirken und der weiteren Optimierung der Kundenbindung dienen.

Ein attraktives Programm mit Impuls- und Aktivvorträgen von VitalCoaches und VitalClub Experten bot der UNIQA VitalClub im Rahmen der Ausstellung body.check im Technischen Museum Wien an. Neben interaktiven Online-Tools konnten Besucher ein individuelles VitalCoaching und Bewegungseinheiten in Anspruch nehmen. Auch die VitalClub Side Events zur Bundestagung Junge Wirtschaft und zur Golfveranstaltung UNIQA Ladies Golf Open waren große Erfolge.

Für Unternehmen bietet UNIQA ebenfalls insgesamt 80 Module zur Förderung der betrieblichen Gesundheit und der Mitarbeiter vitalität. Das beliebteste davon ist der UNIQA VitalTruck, in dem unter dem Motto „Das rollende FitnessProfil“ der aktuelle Status Quo des persönlichen Fitnesszustands untersucht und darauf basierend individuelle Beratung in Sachen Lebensstil und Training geboten wird. 2010 etwa machte der UNIQA VitalTruck vor dem Wiener Stephansdom Station und kombinierte dabei Gesundheitsvorsorge mit Denkmalschutz. Die Erzdiözese Wien erhielt nämlich für jeden Fitnesspunkt pro MitarbeiterIn zehn Cent für die Erhaltung dieses Wahrzeichens, in Summe konnten auf diese Weise 10.000 € „erradelt“ werden. Insgesamt wurden seit Einführung des UNIQA VitalTrucks bereits über 33.000 UNIQA FitnessProfile erstellt.

■ UNIQA GesundheitsPortal – gesund bleiben durch digitales Surfen

Das Webportal www.meduniqa.at setzt entsprechend der UNIQA Unternehmensphilosophie neue Maßstäbe – sowohl inhaltlich als auch mit vielen interaktiven Highlights: So bieten etwa UNIQA VitalCoaches Workout-Videos mit Top-Übungen zum Mitmachen, Kunden können Lauf-, Bike- und Wanderstrecken anlegen und bewerten oder die praktischen Services für Arztsuche, Medikamenten- und Spitalskompass nutzen. Aufgrund des großen Erfolges startete zudem im Juni 2010 die zweite Staffel der Podcasts mit amüsanten und informativen Tipps von Stephan Eberharter und Rudi Roubinek rund um das Thema Gesundheit und Fitness.



Dr. Andreas Brandstetter, MBA
Stellvertretender Vorsitzender des
Vorstands

„Gerade in Zeiten größerer Unsicherheit auf den Märkten kann nur eine langfristig ausgerichtete, ehrliche Partnerschaft zwischen Kunden und Versicherungsunternehmen die gewünschte Zufriedenheit und Stabilität bringen. Mit der QualitätsPartnerschaft wollen wir diese Vision auch weiterhin umsetzen. Dazu entwickelt UNIQA kontinuierlich innovative Lösungen, die sich sowohl an die Gegebenheiten des Marktes anpassen als auch die individuelle Situation des Kunden berücksichtigen. Dieser Kurs bewährt sich seit Jahren, in unserem Heimmarkt ebenso wie in unseren neuen Regionen. VON ÖSTERREICH NACH EUROPA.“

■ UNIQA ArtCercle – exklusiver Kunstgenuss für Kunden

Ein weiteres Angebot auf höchstem Niveau ist der UNIQA ArtCercle, der Kunden z. B. durch die Möglichkeit von Previews oder mit einem Blick hinter die Kulissen von Ausstellungen exklusive Einblicke in die Kunstwelt ermöglicht und gleichzeitig die marktführende Position von UNIQA als Kunstversicherer in Mitteleuropa weiter stärkt. Im Jahr 2010 nahmen rund 1.000 Besucher an den acht Veranstaltungen des UNIQA ArtCercle teil.

■ „Mein sicherer Vorteil“ – das Kunden- und Serviceprogramm der Raiffeisen Versicherung

Attraktive Prämiennachlässe und Sonderleistungen bietet die Raiffeisen Versicherung mit ihrem Kundenbindungsprogramm „Mein sicherer Vorteil“ mit über 180.000 Stammkunden. Sobald ein Kunde zwei spartenunabhängige Verträge besitzt, wird er automatisch zum Vorteilskunden. Exklusive Vorteile sind die auch von UNIQA angebotene Unwetterwarnung per SMS bzw. E-Mail sowie der Vorteilsbonus bei Schadenfreiheit, der je nach Anzahl der Verträge bis zu 10% betragen kann. Das Kundenportal mein.raiffeisen.at/ELBA internet bietet Kunden einen Überblick über ihre bestehenden Vertragsdaten und informiert über Sondervorteile wie z. B. günstige Hotelgutscheine.

Nach der Implementierung eines neuen technisch unterstützten Beratungstools und eines neuen Beratungsansatzes im Jahr 2009 – zentraler Fokus war dabei das Thema Sicherheit in Form des so genannten „Sicherheits-Check“ – stand das Jahr 2010 auch bei der Raiffeisen Versicherung ganz im Zeichen der Integration von Smartphone-Apps in das Serviceangebot. Seit November 2010 können Kunden etwa auch hier ihre Kfz-Kasko-Schadenmeldung, seit Dezember 2010 auch Schadenfälle im Rahmen der Wohnungs- und Eigenheimversicherung via Smartphone übermitteln.

■ Die UNIQA ErfolgsPartnerschaft – das spezielle Kundenbindungs-Tool für gewerbliche Kunden

Nach dem Vorbild der attraktiven QualitätsPartnerschaft im Bereich Privatkunden lancierte UNIQA im Jahr 2007 für gewerbliche Kunden die ErfolgsPartnerschaft, die eine Vielzahl von neuen Assistance- und Vorteilsleistungen mit der Versicherungsleistung kombinierte. Rund 25.000 Firmenkunden, Freiberufler und Landwirte profitieren von diesem innovativen Vorteilspaket, das gezielt auf die Bedürfnisse und speziellen Anforderungen von Gewerbetreibenden eingeht. Über ihr individuelles ErfolgsConto erhalten die gewerblichen Kunden auf der Online-Plattform myUNIQA.at rund um die Uhr detaillierte Informationen über Verträge, Prämien, Kontoauszüge, Zahlungsfälligkeiten oder Gutschriften. Zusätzlich zum ErfolgsBonus, einer von Prämienvolumen und Schadenintensität abhängigen Prämienrückvergütung, umfasst das Angebot zahlreiche ErfolgsServices wie das Anwalt PlusService, die UNIQA Unwetterwarnung, das UNIQA Agrarwetterportal für Landwirte, die Mitgliedschaft im UNIQA VitalClub oder das MedPLUS24service.

■ All-in-Security-Paket – individuelle Sicherheitslösungen für Klein- und Mittelbetriebe

Seit Mai 2009 bietet UNIQA in Zusammenarbeit mit SECURITAS Klein- und Mittelbetrieben ein All-in-Security-Paket für eine günstige Monatspauschale an. Unternehmen erhalten von einem Sicherheitsexperten Beratung und Unterstützung in Sachen Sicherheit und Risikoanalyse, um allfällige Mängel in der betrieblichen Sicherheit aufzudecken. Im Anschluss an diesen Sicherheits-Check können die Betriebe ein Service- und Technikpaket in Anspruch nehmen: Die Sicherheitslösung wird exakt an das ermittelte Anforderungsprofil angepasst und bietet eine wirtschaftliche Kombination aus personeller Sicherheitsleistung (nächtliche Streifenkontrollen) und effektiver Sicherheitstechnik.

Die Kundenprogramme von UNIQA auf einen Blick



■ Das UNIQA TopConto – zentrales Portal der Maklerpartner für alle privaten Versicherungskunden

Viele Vorteile bietet das UNIQA TopConto, das bereits über 50.000 Makler-Kunden nutzen. Als „finanzielle Drehscheibe“ für alle Versicherungsverträge mit der UNIQA Gruppe stehen hier alle wichtigen Informationen über Vertragsdaten oder Zahlungsabläufe zur Verfügung. Darüber hinaus beinhaltet das TopConto die Mitgliedschaft im UNIQA VitalClub sowie den automatischen Bezug der Unwetterwarnung. Finanzielle Vorteile sind ebenfalls damit verbunden: Nur eine Buchung pro Monat, ein attraktiver MehrvertragsBonus von 5% und der Entfall von Teilzahlungszuschlägen sind die wichtigsten davon. Prämienwirksame Änderungen werden regelmäßig über myUNIQA.at oder per Post an den Kunden kommuniziert.

■ „Most Trusted Brand“ UNIQA

UNIQA zählt seit 2003 nach den von Reader's Digest jährlich erstellten europaweiten größten Kundenumfragen zu den „Most Trusted Brands“ und gilt damit international als eine der vertrauenswürdigsten Marken. Diese Auszeichnung zeigt, dass UNIQA mit ihren Produkten die Bedürfnisse ihrer Kunden punktgenau erkennt. Die exzellente Bewertung auch in diesem internationalen Rahmen belegt einmal mehr, dass die Integration der zahlreichen Konzerngesellschaften von UNIQA gut gelungen ist.

Regelmäßig erreicht das Unternehmen auch in anderen Erhebungen Spitzenwerte sowohl bei der Bekanntheit von Unternehmen und Marke als auch bei der Kundenzufriedenheit. Damit wird eindrucksvoll belegt, dass Kundenzufriedenheit für UNIQA ein essenzielles Anliegen ist, dem sie konsequent durch laufende Produktinnovationen und attraktive Serviceleistungen entspricht.

2010 konnte UNIQA etwa bei der Gallup-Werbestudie ihre Bestwerte vom Vorjahr erneut übertreffen. Die Marke UNIQA erhielt dabei auch wieder die höchsten Imagewerte in der gesamten österreichischen Versicherungsbranche und genießt damit einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil. Im Detail ergab die Studie Werte von 65% für Bekanntheit und 31% für Werbeerinnerung.

Auch in Sachen Sympathie, Innovation, Servicequalität, Unternehmensbindung, Markenloyalität und Markenwert gilt UNIQA bei den österreichischen Versicherungskunden seit Jahren als das führende Unternehmen. In allen Versicherungssparten erzielte UNIQA die höchsten Werte dabei weiters bei der Frage, welchen Anbieter die Kunden bei einem Neuabschluss wählen würden.

Ihre führende Position in Sachen Kundenzufriedenheit konnte UNIQA auch 2010 wieder belegen. So war UNIQA für 50% der Bevölkerung wieder das Top-Unternehmen der österreichischen Versicherungen. Den Branchenbestwert erhielt UNIQA dabei für Unternehmensbindung (48%), überdurchschnittlich gutes Service (50%), Sympathie (42%) sowie Innovationsfreudigkeit (34%).



Die UNIQA VitalTruck-Tour 2010 führte durch sechs polnische Städte, um mit zahlreichen Aktivitäten für einen aktiven und gesunden Lebensstil zu sensibilisieren. Ein Highlight in Warschau war der Besuch von Bogdan Wenta, Trainer des polnischen Herren-Handball-Nationalteams und seit 2009 beliebtes UNIQA Testimonial. Über 300 BesucherInnen analysierten die Ergebnisse ihres persönlichen Fitness-Testings mit den UNIQA VitalCoaches.

Erfolgsmarke UNIQA

- UNIQA erzielte 2010 erneut **Spitzenwerte bei Bekanntheit und Werbeerinnerung** im Rahmen des Gallup Insurance Image und Ad Tracking.
- Erneut Auszeichnung mit dem **RECOMMENDER-Award**: Als Anerkennung für außergewöhnliches Service und hohe Markenloyalität erhielten Raiffeisen Versicherung und zum zweiten Mal in Folge UNIQA diese Auszeichnung. Sie würdigt die Bereitschaft der Kunden, ein Unternehmen oder ein Produkt weiterzuempfehlen, und bestätigt, dass Raiffeisen Versicherung und UNIQA ihre Kunden mit erstklassigem Service und exklusiven Produktinnovationen überzeugen.
- **Silber für www.meduniqa.at**: TV MEDIA Web Award prämierte das UNIQA Gesundheitsportal mit dem zweiten Platz in der Kategorie Beste Unternehmens-Websites. Bewertet wurden Menüführung, Übersichtlichkeit, ansprechendes Design und Gesamteindruck.
- Den **CEEMAX in Gold** erhielt UNIQA für die Kampagne „UNIQA – die Versicherung einer neuen Generation“ in der Tschechischen Republik. Mit CEEMAX-Preisen wurden 2010 zum dritten Mal effiziente Kampagnen in Zentral- und Osteuropa gewürdigt.
- Auszeichnungsreigen mit **EFFIE Awards**: UNIQA erhielt in der Ukraine in der Kategorie „Finanz-, Bank- und Versicherungsdienstleistungen“ den goldenen **EFFIE Award**, Silber nahm UNIQA für die Kampagne „Small Care“ in Bulgarien entgegen und Bronze für die in Österreich laufende Kampagne „Sieger starten. Andere warten“. Der EFFIE Award ist eine der weltweit renommiertesten Auszeichnungen für erfolgreiche Marktkommunikation.
- **Superbrands 2010** sind die kroatische UNIQA Tochtergesellschaft UNIQA osiguranje d.d., UNIQA Ungarn bereits zum vierten Mal und UNIQA Bosnien zum dritten Mal in Folge.
- Die **UNIQA VitalTruck-Tour** führte 2010 nach Polen und Ungarn. Das mobile Gesundheitscenter wurde im September in Budapest vorgestellt.
- **Neues Segelwetterportal**: Seit 2010 erhalten Wassersportler auf dem neuen UNIQA Segelwetterportal Windvorhersagen und animierte Wetterkarten für jeden See in Österreich. Zusätzlich können Windanalysen, Wassertemperaturen und die maximale UV-Strahlung abgerufen werden.

Prozesse & Produkte

Erfolg durch konsequente Produkt- und Prozessinnovation

Kontinuierliche Produktentwicklung nah am Markt und individuelles Kundenservice entscheiden maßgeblich über den Erfolg einer Universalversicherung wie UNIQA. Das Unternehmen setzt hier auf modernste Informationstechnologie und innovative Tools, die sowohl Kunden als auch Berater effizient unterstützen.

UNIQA ist führend als österreichischer Versicherer aller Sparten – egal, ob Sach-, Kranken-, Unfall- oder Lebensversicherung. Regelmäßig entwickelt und launcht UNIQA neue, innovative Produkte, die Markttrends frühzeitig aufgreifen und damit optimal auf aktuelle Kundenbedürfnisse zugeschnitten sind.

■ UNIQA Lebensversicherung – attraktives Vorsorgepaket für Kunden

Lebensphasen ändern sich und werden immer flexibler – und UNIQA hält mit ihren Produkten stets wandlungsfähige und bedarfsorientierte Antworten bereit. Mit der Begräbniskostenvorsorge haben Kunden z. B. die Gewissheit, dass auch für diese schwierige Lebenssituation entsprechende Vorsorge getroffen ist und die Hinterbliebenen den erlittenen Schicksalsschlag ohne finanzielle Belastung verarbeiten können. Zusätzlich zur finanziellen Absicherung wurde die Begräbniskostenvorsorge mit erweiterten Leistungen wie der Rückholung aus dem In- und Ausland weltweit an die individuellen Bedürfnisse angepasst.

Im Rahmen der Herbstoffensive gab es auch 2010 wieder spezielle Angebote für UNIQA Kunden. Traditionell erhalten alle Kunden bei Neuabschluss einer Lebensversicherung ab einer Jahresbruttoprämie von 900 € ein attraktives Dankeschön. UNIQA Kunden erhalten eine Jahresvignette für die österreichischen Autobahnen und Schnellstraßen gratis, Kunden der Raiffeisen Versicherung eine einmalig aufgeladene Prepaid-Visa-Kreditkarte im Wert von 80 €. Kunden der staatlich geförderten Zukunftsvorsorge können unter bestimmten Voraussetzungen einen Bonus auf alle Prämienzahlungen vom österreichischen Staat erhalten. Mit dieser attraktiven Vorsorgeform sichern sich Kunden eine lebenslange, garantierte Pension mit hoher Flexibilität und vielen Vorteilen.

■ FinanceLife – UNIQA weiterhin Marktführer bei der prämiengeförderten Zukunftsvorsorge

Sieben Jahre nach dem Start der prämiengeförderten Zukunftsvorsorge erreichte UNIQA im Herbst 2010 den 400.000. Neuabschluss und hält mit einem Marktanteil von knapp 30% in Österreich die klare Führungsposition in diesem Bereich. UNIQA FinanceLife – das Competence und Know-how Center für fonds- und indexgebundene Lebensversicherungen der österreichischen UNIQA Gruppe – bietet die prämiengeförderte Zukunftsvorsorge für den Bankenvertrieb über die Raiffeisen Versicherung unter „Meine geförderte Lebenspension“ und über die Vertriebswege von UNIQA unter „Pension & Garantie“ an.

Pension & Garantie – prämiengünstige Zukunftsvorsorge mit erweiterten Garantieleistungen und hoher Flexibilität

- Lebenslange, garantierte Pension auf Basis der heutigen Lebenserwartung
- Erweiterte Kapitalgarantie – stichtagsbezogene Höchststandsgarantie
- Staatliche Prämienförderung von 8,5% bis max. 13,5% der einbezahlten Beiträge
- Flexible Auszahlung: Bereits nach Ablauf der Mindestbindedauer kann über die Auszahlung als Pension (bereits ab dem 40. Lebensjahr) oder Kapital (lediglich 25% Nachversteuerung der Erträge und 50% Rückerstattung der staatlichen Prämien) verfügt werden
- Steuerfreie Überbrückungs-Rente ab 50 Jahren bei eingeschränkter bzw. eingesetzter Erwerbstätigkeit
- Lebenszyklusmodell: Zukunftsorientierte Veranlagung durch altersabhängige, stufenweise Anpassung der Mindestaktienquote – für mehr Sicherheit und optimale Ertragsmöglichkeiten
- Zusatzbaustein: Pensionsrückgewähr im Ablebensfall

Highlights

2010	FinanceLife mit mehr als 600.000 aktiven Verträgen
2008	Launch Raiffeisen PersonenSchutz
2007	Einführung FlexSolution und SafeLine
2003	Start UNIQA Zukunftsvorsorge
1999	Erstes UNIQA Kundenportal geht online



Mit der prämienbegünstigten Zukunftsvorsorge Pension & Garantie bietet UNIQA eine garantierte, lebenslange Pension mit flexiblen Verfügungsmöglichkeiten.

■ „Limited Edition“ – Einmalerlag mit fixer Mindestauszahlung

Erneut stark nachgefragt war im Geschäftsjahr 2010 das Einmalerlags-Konzept der so genannten „Limited Editions“. Dabei steht UNIQA mit der Raiffeisen Bank International AG eine langjährige und zuverlässige Emittentin und Partnerin zur Seite. Der Marktstart der ersten Limited Edition erfolgte 2004, drei Jahre später wurde diese Produktfamilie als Kerngeschäft definiert – mit dem neu ausgerichteten Ziel, dem Anleger eine fixe Mindestauszahlung bieten zu können.

Der aufgrund großer Nachfrage 2010 von UNIQA zweimal neu aufgelegte „Best Zins & RZB Kapitalgarant“ sorgte mit der Special Edition Klimaschutz III bei den Kunden gleichzeitig für ein ruhiges grünes Gewissen: Der Gegenwert des gezeichneten Kapitals wird in den nächsten Jahren in die Finanzierung von Projekten investiert, die den Klimaschutz fördern. Mit dem „Inflationsschutz & RZB Kapitalinvest“ wurde 2010 ein weiterer neuer Einmalerlag angeboten, der vor Inflation und Geldentwertung in Krisenzeiten schützen soll.

■ FlexSolution – flexibel, individuell und sicher für die Zukunft vorsorgen

Das 2007 eingeführte Produkt FlexSolution ist 2010 zu einem der erfolgreichsten Produkte von UNIQA avanciert. In Summe wurden bisher bereits beachtliche 20.000 FlexSolution-Verträge abgeschlossen. FlexSolution kombiniert erstmals in Österreich klassische und fondsgebundene Lebensversicherung in einem Vertrag und passt sich damit individuell und flexibel den jeweiligen Lebensumständen des Kunden an: Je nach Anlegerwunsch variiert die Gewichtung des Garantieteils oder der ertragsorientierten Veranlagung, denn der Kunde kann dieses Verhältnis auch innerhalb der Vertragslaufzeit ganz nach seinen persönlichen Bedürfnissen und Zielen neu definieren bzw. anpassen.

Drei Grundvorsorgepakete – für Einsteiger, Sicherheitsbewusste oder Familien – können mit Zusatzbausteinen individuell

adaptiert und je nach persönlichen Bedürfnissen und Zielen sowie der aktuellen Lebensphase des Kunden konfiguriert werden. Die Zusatzbausteine umfassen zum Beispiel Prämienbefreiung bei Berufsunfähigkeit, Berufsunfähigkeitspension, Ablebensrisikoversicherung, Dread Disease (Absicherung bei schwerer Krankheit) oder Sonderklasse-Behandlung nach Unfall bzw. bei schweren Erkrankungen. Darüber hinaus bestehen noch eine Take-a-Break-Option (Unterbrechung der Prämienzahlung) sowie eine Aufstockungsoption für Ablebensrisikoversicherung, Dread Disease und Berufsunfähigkeitspension.

Ein ähnliches Produkt bietet auch der Partner Raiffeisen Versicherung mit „Meine flexible Lebensvorsorge“ an. Es kombiniert ebenfalls klassische und fondsgebundene Lebensversicherung flexibel und individuell.

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 – mit externer Kapitalgarantie nach dem innovativen iCPPI-Konzept
- Ertragsorientierte Komponente: Wahlmöglichkeit aus vier von Experten verwalteten Portefeuilles (Aktienanteile von 0% bis 100%) oder über 160 Einzelfonds von international renommierten Kapitalanlagegesellschaften
- Jederzeit kostenfreie Änderungsmöglichkeit für jede der getroffenen Auswahlentscheidungen
- Individuelle Laufzeit- und Entnahmegestaltung



UNIQA poistnova startete in der Slowakei die erste Online-Kaskoversicherung und ist mit weiteren drei Top-Produkten im Online-Angebot Vorreiterin auf dem slowakischen Markt.

■ FlexProtection – Garantieveranlagung in zwei Varianten

Für ertrags- und sicherheitsorientierte Anleger ermöglicht das Produkt FlexProtection seit 2009 eine interessante Form der Garantieveranlagung nach dem so genannten iCPPI-Konzept. Dabei orientiert sich das Garantimanagement an den individuellen Wünschen des einzelnen Kunden. Zwei Varianten – „basic“ oder „85“ – bieten entweder eine 100%-Sparbeitragsgarantie oder eine 85%-Höchststandsgarantie. Nach Maßgabe der Vertragslaufzeit, der gewünschten Garantievvariante und der Kapitalmarktsituation werden die Beiträge des Kunden individuell in einem ertragsorientierten, aktiv gemanagten Aktiendachfonds und einem sicherheitsorientierten Anleihenfonds veranlagt. Erstmals wird dabei der aktuelle gewichtete Wert jedes einzelnen Vertragsportfolios täglich errechnet.

■ Raiffeisen Kontovorsorge – Schutz in schwierigen Zeiten

Unerwartete Ereignisse wie Unfall oder Krankheit können die Grundfesten der persönlichen finanziellen Sicherheit erschüttern. Das neue Bankenversicherungsprodukt „Meine Raiffeisen Kontovorsorge“ gibt hier die Sicherheit, dass ein Minus auf dem Konto des Versicherten im Todesfall bis zu einer Höhe von 5.000 € unbürokratisch und rasch abgedeckt wird. Damit kann den Hinterbliebenen in einer schweren Zeit zumindest eine wirtschaftliche Sorge und Belastung erspart werden. Darüber hinaus eignet sich das Produkt auch zum Vorsorge-Sparen mit attraktiven Prämien. Im Herbst 2010 wurde ein neuer Tarif zur Absicherung einer Kreditrestschuld aufgelegt. Auch hier soll dazu beigetragen werden, dass Kunden bzw. Hinterbliebene durch einen Schicksalsschlag nicht in finanzielle Schieflage geraten. Der Vorteil der neuen Kreditvorsorge liegt in der umfassenden Kreditabsicherung bei Ableben, Arbeitslosigkeit und Arbeitsunfähigkeit. Um auf die Bedürfnisse der Kunden einzugehen, ist auch mehrfache Arbeitslosigkeit und mehrfache Arbeitsunfähigkeit versichert.

■ UNIQA SafeLine – Innovation auf Erfolgskurs mit zahlreichen Neuerungen 2010

Das innovative Konzept der 2007 auf den Markt gebrachten Kfz-Versicherung SafeLine hat sich bereits bestens bewährt und UNIQA in Europa eine Vorreiterrolle eingebracht. Mittlerweile gibt es in den großen Märkten Europas einen eindeutigen Trend in Richtung solcher Versicherungs-Telematik-Produkte. Über 35.000 Kunden haben sich bereits für dieses attraktive Produkt entschieden. SafeLine ist die erste Autoversicherung, die Leben retten kann. Neben dem Versicherungstarif bietet das Paket auch mehr Sicherheit für das Auto und die Insassen. SafeLine beinhaltet ein nicht sichtbar angebrachtes GPS-Gerät inklusive Crash-Sensor, das bei einem mittleren bis schweren Aufprall einen Alarm einschließlich der Koordinaten des Unfallorts an die Einsatzzentrale (ÖAMTC) sendet. Zusätzlich kann mittels des so genannten CarFinders das Fahrzeug nach einem Diebstahl geortet und sichergestellt werden. In bereits mehreren hundert Einsätzen nach Unfällen, Notfällen, Pannen und Diebstahl konnte den Kunden von UNIQA dadurch auf verschiedenste Art geholfen werden.

Das Produkt bietet aber auch wichtige wirtschaftliche Vorteile: Alle – auch Vielfahrer – profitieren durch die bessere Risikoversorge von einem Sicherheitsnachlass bei der Kasko- und Kfz-Unfallversicherung. Wenigfahrer erhalten zusätzlich bis zu 25% Umweltbonus auf ihre Haftpflicht- und Kaskoprämie. Der Umweltbonus für Wenigfahrer beginnt bereits ab einer Jahreskilometerleistung von unter 15.000 km. Dabei gilt: Je weniger der Kunde fährt, desto höher wird der Umweltbonus. Im Jahr 2010 bot UNIQA zudem die Aktion „Free Weekend“, bei der alle am Wochenende gefahrenen Kilometer ein Jahr lang nicht in die Wertung einbezogen wurden. Damit belohnte UNIQA jene Kunden, die während der Woche vorwiegend auf Autofahrten verzichten, ihr Fahrzeug am Wochenende aber beispielsweise für Familie und Einkäufe nutzen.



Karl Unger
Mitglied des Vorstands

„Die Gestaltung und Einführung innovativer Konzepte mit hohem Kundennutzen hat entscheidend zum internationalen Wachstum von UNIQA beigetragen und gleichzeitig die Entwicklung des europäischen Versicherungsmarktes maßgeblich mitgeprägt. Unsere umfangreichen Investitionen in Produkt- und Servicequalität, die wir auch während der Krise weitergeführt haben, werden von unseren Kunden klar honoriert: Meilensteine der Produktinnovation wie FlexSolution oder SafeLine befinden sich nach wie vor auf internationalem Erfolgskurs. VON ÖSTERREICH NACH EUROPA.“

UNIQA ist darüber hinaus nach wie vor die einzige Versicherung auf dem österreichischen Markt, die den Fahrer auch nach einem Unfall mit Teil- oder Eigenverschulden vor schwerwiegenden finanziellen Folgen schützt. So bietet der UNIQA Lenkerschutz eine Versicherungsleistung von bis zu 1 Mio. €, wenn andere nicht oder nur teilweise zum Schadenersatz verpflichtet sind bzw. der Sozialversicherer des Betroffenen für den Schaden nicht oder nur teilweise aufkommt. UNIQA schließt damit eine Versicherungslücke auf dem österreichischen Markt und deckt mit ihrer Leistung Unterhaltsansprüche, Verdienstentgang, Pflegekosten, Heilungskosten und Schmerzensgeld bis hin zu Begräbniskosten ab. 2010 wurde der Lenkerschutz darüber hinaus um zwei Leistungen erweitert: Kostenübernahme bei Umbaukosten bis zu 50.000 € im Fall von Invalidität und Übernahme der Kosten für eine Haushaltshilfe bis zu maximal 5.000 €. Mehr als 30.000 Kunden haben sich bereits für diesen Produktbaustein entschieden.

Zur umfassenderen Absicherung der Kunden gibt es seit 2010 in der Kfz-Haftpflichtversicherung die Möglichkeit, eine Pauschalversicherungssumme von 20 Mio. € abzuschließen. Parallel dazu wird auch die Aktion „Auto & Netz“ fortgesetzt und forciert: Kunden mit einer Jahresnetzkarte für öffentliche Verkehrsmittel in einem österreichischen Ballungsraum erhalten seit 1. März 2010 eine Gutschrift über drei (zuvor: zwei) Monatsprämien.

Als Innovationsführer hat UNIQA den gesellschaftlichen Trend zur Elektromobilität erkannt und bietet seit 2010 eine Kfz-Kasko- und Haftpflichtversicherung für Elektrofahrzeuge ohne behördliches Kennzeichen an. Mit diesem attraktiven Produkt kann der Kunde zum Beispiel E-Bikes, E-Mountain-Bikes, Bikeboards oder Segways versichern.

SafeLine – Sicherheit und Prämiensparnis

- ☐ GPS-Sicherheitssystem im Fahrzeug erhöht Sicherheit im Notfall und ermöglicht Erfassung der gefahrenen Jahreskilometer
- ☐ CrashSensor erkennt mittlere und schwere Unfälle und alarmiert automatisch Einsatzzentrale
- ☐ Notfallknopf für gesundheitliche Ernstfälle, Pannen oder sonstige bedrohliche Situationen – Meldung an Einsatzzentrale
- ☐ CarFinder ermöglicht Wiederauffindung nach Diebstahl
- ☐ Alle Sicherheitsleistungen funktionieren auch außerhalb Österreichs
- ☐ Umweltentlastung durch Optimierung der CO₂-Bilanz
- ☐ Prämie abhängig von Kilometerleistung und genutzten Straßentypen
- ☐ NEUER Umweltbonus: Erhöhung des Jahreskilometer-Limits auf 15.000 km als erster Schritt einer Prämiensparnis

Weitere Neuerungen in der Kfz-Versicherung

- ☐ Erweiterter Lenkerschutz
- ☐ Prämiensparnis im Rahmen der Aktionen „Free Weekend“ und „Auto & Netz“ angehoben
- ☐ 10% Prämiensparnis für alle umweltschonenden VW Blue-Motion-Modelle
- ☐ Neue Versicherung für Gebrauchtwagen und Elektrofahrzeuge ohne behördliches Kennzeichen
- ☐ Haftpflicht-Pauschalversicherungssumme für Pkw auf 20 Mio. € angehoben



Hohe Erinnerungswerte erzielte die Sommerkampagne von UNIQA für FlexHome – das attraktive Komplettpaket für Wohnung und Eigenheim.



SafeLine – die erste Versicherung, die Leben retten kann – hat UNIQA auf den europäischen Märkten eine Vorreiterrolle eingebracht.

■ FlexHome – umfassender Versicherungsschutz für Wohnung und Eigenheim

Neue Highlights offerierte UNIQA 2010 im Rahmen von Zuhause & Glück, dem flexiblen Komplettpaket für Wohnung und Eigenheim. Neben den drei Leistungspaketen für Zielgruppen mit unterschiedlichen Anforderungsprofilen – von preisbewusst (Kompakt) über sicherheitsbewusst (Optimal) bis hin zu Kunden mit höchsten Qualitätsansprüchen (Premium) – gibt es wieder neue individuelle Ausführungen mit vielen Zusatzbausteinen für maßgeschneiderten Versicherungsschutz. Erweiterte Entschädigungsleistungen gibt es bei Einbruchdiebstahl in Kfz, Garderobenkästen und Kasernenspinde. Ebenfalls möglich ist seit 2010 eine Erhöhung der versicherten Bargeldwerte unter einfachem Verschluss. In der Eigenheimversicherung sind Carports und Pergolen sowie die mutwillige Beschädigung von Überwachungskameras inkludiert.

Deutliche Deckungserweiterungen bei allen drei Paketen machen diese Haushaltsversicherung zu einem überaus attraktiven Produkt. So ist nur bei UNIQA auch eine Heimwerkerdeckung für selbst verursachte Schäden an Strom-, Wasser- oder Gasleitungen inkludiert. Vielseitige sonstige Features, z. B. eine erweiterte weltweite Privat- und Sporthaftpflicht, Versicherungsschutz bei Übersiedlung oder Gebäude- und Grundstückhaftpflicht, bieten soliden und umfassenden Schutz. Je nach Lebens- und Wohnsituation kann der Vertrag durch Zusatzbausteine erweitert werden – vom Schwimmbad über Computer, Reise und Transport bis hin zum Rohbauschutz und ökologischen Einrichtungen wie Photovoltaikanlagen. Zusätzliche Service-Leistungen wie umfassende Betreuung bei Sicherheitsthemen oder sechsmonatige Prämienpause beim Bezug von Arbeitslosengeld bzw. bei Invalidität aufgrund eines versicherten Schadensfalls runden das Portfolio ab.

Ebenfalls flexible Neuerungen bietet die Raiffeisen Versicherung mit „Mein Zuhause“. Inkludiert sind zum Beispiel psychologi-

FlexHome – gut versichert in den eigenen vier Wänden

- ☐ Drei Leistungspakete – Kompakt, Optimal und Premium
- ☐ Maßgeschneiderter Versicherungsschutz durch Erweiterungsmöglichkeit mit Zusatzbausteinen
- ☐ Nur bei UNIQA: Heimwerkerdeckung für selbst verursachte Schäden an Strom-, Wasser- oder Gasleitungen
- ☐ Neue Features auch im Rahmen der Basisabdeckung
- ☐ Zusatzbausteine je nach Lebens- und Wohnsituation

sche Betreuung nach Einbrüchen, Schutz vor Schäden beim Heimwerken oder Prämienfreiheit bei plötzlichem Verlust des Arbeitsplatzes.

■ Service der Sonderklasse für Kranken-Zusatzversicherte

Verschiedene Ausbaustufen garantieren den Sonderklasse-Versicherten bei UNIQA beste Behandlung und finanzielle Stressfreiheit während Spitalsaufenthalt. Mit der 2008 eingeführten MedUNIQA Karte halten mittlerweile über eine halbe Million Kunden ihre „Eintrittskarte“ zur Sonderklasse in Händen und bekommen darüber hinaus umfassende Informationen zu diversen gesundheitsbezogenen Themen. Der UNIQA Medikamentenkompass und Spitalskompass etwa sind wertvolle Ratgeber rund um die Themen Medikamente, Spitäler und deren Schwerpunkte sowie medizinische Einrichtungen. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, die MedUNIQA Karte zu einer Befundkarte zu erweitern, auf der die persönliche Krankengeschichte lückenlos dokumentiert ist. Zusätzlich kann die Karte als Notfallkarte eingesetzt werden – wichtige Informationen wie Patientenverfügung oder Kontaktpersonen in der Familie können dazu auf der Karte gespeichert werden.



Als Innovationsführer bietet UNIQA seit 2010 eine Kfz-Versicherung auch für Elektrofahrzeuge an. Im Bild das erste von UNIQA versicherte Solar-Auto.

■ Privat Supreme – nach wie vor ganz „on top“

Im Bereich der privaten Krankenversicherung bietet UNIQA mit dem Produkt Privat Supreme eine exzellente Kombination aus Versicherungsschutz und Vorsorge, effektiven Präventionsmaßnahmen sowie wirkungsvollen Assistance-Leistungen. Das Paket umfasst europaweite Sonderklasse-Behandlung im Spital ebenso wie Vorsorge- und Fitnessmaßnahmen oder Wahlfreiheit bei Arzt und Heilmethoden inklusive Kostenersatz aller ärztlich verordneten Medikamente. Im Bereich Fitness stehen den Versicherten die UNIQA VitalCoaches für einen umfassenden VitalCheck auf höchstem medizinischem Niveau zur Verfügung und erstellen dazu ein kostenloses FitnessProfil samt individuellem Trainingsplan. Mit dem FitnessBonus erhält der Kunde zudem einen Teil seiner Prämie rückerstattet. Medizinische Assistance leistet das UNIQA Ärzteteam werktags von 8 bis 22 Uhr und beantwortet alle Fragen zum Thema Gesundheit. Auch bei traumatischen Erlebnissen, z. B. einer Krebserkrankung oder dem Tod eines Angehörigen, steht UNIQA an der Seite des Versicherten und organisiert psychologische Betreuung.

■ Neuartige Pflegeversicherung

Mit CarePLUS, einem 2010 neu lancierten Vorsorgeprodukt der Krankenversicherung, ergänzt UNIQA das staatliche Pflegegeld und schließt so die bestehende „Versorgungslücke“. Der Leistungsanspruch besteht ab Vorliegen des Nachweises, dass der Versicherte auch das staatliche Pflegegeld erhält. Das Produkt ist sowohl einzeln als auch in Kombination mit allen anderen UNIQA Krankenversicherungsprodukten abschließbar.

■ Next Generation: private Krankenversicherung und Pflegevorsorge schon in jungen Jahren

Eine private Krankenversicherung für Kinder und Jugendliche mit automatischer Anpassung an den mit den Jahren wachsenden Versicherungsbedarf bietet UNIQA mit First Care an. UNIQA übernimmt bis zum Alter von zwölf Jahren die vollen Kosten für eine Begleitperson in allen österreichischen Spitälern und

öffentlichen Krankenhäusern Europas. Zwischen dem 12. und dem 18. Lebensjahr deckt First Care bei unfallbedingtem Krankenhausaufenthalt die Sonderklasse-Behandlung für den Jugendlichen in einem Zweibettzimmer. Mit Erreichen der Volljährigkeit kommt UNIQA sowohl nach einem Unfall als auch bei einer Vielzahl schwerer Erkrankungen für alle Mehrkosten einer Sonderklasse-Behandlung im Spital auf. Auch in der Pflegevorsorge bietet UNIQA jetzt eine günstige Einstiegsmöglichkeit bereits in jungem Alter – denn je früher der Beginn der Vorsorge, desto günstiger die Prämie. Auf diese Weise kann schon mit relativ niedrigen Zahlungen eine ausreichend hohe Absicherung für den Fall späterer Pflegebedürftigkeit erreicht werden. Selbstverständlich bietet UNIQA aber auch älteren Menschen die Möglichkeit, Verträge über eine Pflegevorsorge abzuschließen.

■ Industrie und Spezialversicherung – Marktführer bei allgemeiner Haftpflicht-, Transport- und Kunstversicherung

Flexibilität und versicherungstechnisches Know-how sind die Basis für erfolgreiches Wachstum in diesem Geschäftssegment. Auf individuelle Kundenbedürfnisse einzugehen, heißt auch abseits von standardisierten Versicherungspolizzen maßgeschneiderte Lösungen anzubieten und den Versicherungsnehmer bei seinen geschäftlichen Aktivitäten zu begleiten und zu unterstützen. Für viele Groß- und Industriekunden, die ins Ausland expandieren, ist es wichtig, international erfahrene Ansprechpartner zur Seite zu haben. Um Kunden auch in ihre ausländischen Märkte begleiten und ihnen die aus dem Heimatmarkt gewohnte Qualität auch für die im Ausland gelegenen Betriebsstätten gewährleisten zu können, hat UNIQA Expertenstellen für den Bereich Internationales Geschäft geschaffen. So kann UNIQA ihre internationale Ausrichtung optimal nutzen und Kunden mit internationalen Versicherungsprogrammen entsprechend servizieren.

Herzlich willkommen Herr Mag. MAX MUSTER

Die neue Qualität in der Kundenbeziehung
Auf Ihrem Portal myUNIQA finden Sie alles rund um Ihre QualitätsPartnerschaft n komfortabel und ,bersichtlich aufbereitet.

myUNIQA Gewinnspiel
Machen Sie beim aktuellen Gewinnspiel f, r alle bei myUNIQA registrierte Kunden mit.
[hier geht es zum Gewinnspiel](#)

Finanzamtbestätigung
Ihre Finanzamtbestätigung erhalten sie ab sofort online.

Meine PartnerPunkte
Fragen Sie online Ihren PartnerPunkte Stand ab, informieren Sie sich ,ber die aktuellen Leistungen und bestellen Sie gleich online.

Mein PartnerConto
Der perfekte ,berblick ,ber Ihre Verträge, Prämien, Gutschriften und Details zum Schadenfrei-Bonus.

Meine Daten & Services
Ihr pers' nlicher Zugriff auf Online-Dienste, wie z.B. die Passwortänderung, die UNIQA Unwetterwarnung.

Mein Betreuer
Ihr pers' nlicher Betreuer online

Ihr Betreuer:
Martha Muster
Thaliastraße 125
1160-Wien
Tel: (+43 1) 494 84 60-0
Mobil: 0699 12345678
Fax: (+43 1) 494 84 60-39
E-Mail: martha.muster@uniqua.at

myUNIQA.at – die zentrale Online-Plattform, auf der jeder Kunde rund um die Uhr sämtliche Informationen zu seinen Verträgen und Geschäftsfällen findet.

■ Erfolgreiche Nische Kunstversicherung – UNIQA auch hier Marktführer in Mitteleuropa

Als attraktives Nischenprodukt bietet UNIQA auch Kunstversicherungen an – und genießt hier inzwischen das Vertrauen der größten Museen und Privatsammler des Landes. 2009 erreichte UNIQA auch in dieser Sparte die Position des österreichischen Marktführers. Abgesehen von der klassischen Versicherungsdeckung zählt dabei auch Beratung zur Präsentation der Sammlungsobjekte sowie Unterstützung in konservatorischen und restauratorischen Fragen zum Angebotsportfolio von UNIQA, die im Fall eines Diebstahls auch mit Rat und Tat bei der Aufklärung zur Seite steht. Ein weiteres Angebot, das nicht nur von Sammlern mit großem Interesse aufgenommen wird, ist der 2005 ins Leben gerufene UNIQA ArtCercle, der Kunden des Hauses in regelmäßigen Veranstaltungen außergewöhnliche Einblicke in die Welt der Kunst bietet.

■ Transport- und Spezialversicherung – UNIQA Nr. 1 in Österreich

Der Tätigkeitsbereich der Transportversicherung umfasst die Versicherung des nationalen und internationalen Transport- und Frachtgewerbes zu Land, zu Wasser und in der Luft. In der Spezialversicherung werden individuelle Deckungskonzepte für Veranstaltungsausfall- und Sponsorenversicherungen im In- und Ausland entwickelt. Aufgrund der Kooperation mit dem österreichischen Skiverband werden alle Alpinen Skirennen in Österreich versichert. Zusätzlich versichert UNIQA kulturelle Veranstaltungen gegen Ausfall. Im Jahr 2009 hat das Unternehmen in der Transportversicherung erstmals die Marktführerschaft in Österreich übernommen.

■ Solide Basis: UNIQA Kundenservice

Optimaler und rascher Kundenservice steht für die UNIQA Gruppe als Dienstleister naturgemäß im Fokus. Modernste Informationstechnologie und intuitive Usability sind dabei die Leitlinien bei allen Angeboten – von der zügigen und kompetenten Abwicklung von Anfragen und Schadenfällen, Polizzierung in Rekordgeschwindigkeit von 48 Stunden bis hin zu möglichst vielfältigen und effizienten Informationsmöglichkeiten. myUNIQA.at oder der UNIQA Medikamentenkompass sind erfolgreiche Beispiele dafür. Seit 2010 wickelt UNIQA auch als eine der ersten Versicherungen mit dem europäischen Abbuchungsauftrag den gesamten Zahlungsverkehr SEPA-konform (Single Euro Payment Area) ab.

■ myUNIQA.at – Service rund um die Uhr

Tag und Nacht bietet die 2004 gestartete Kundenplattform myUNIQA.at Zugang zu allen wichtigen Informationen über sämtliche Verträge und Geschäftsfälle eines Kunden. Hier hat der Kunde jederzeit perfekten Überblick über seine Verträge und Schäden bzw. Leistungen – ein attraktives und komfortables Angebot, das insgesamt bereits über 200.000 Kunden nutzen. Die für das Finanzamt benötigten Bestätigungen über Prämienzahlungen sind ebenfalls über myUNIQA.at online erhältlich, und auch für Beschwerden und Anregungen ist das Portal die richtige Anlaufstelle. Up-to-date ist UNIQA mit der mobilen Leistungsinformation im Schadenfall für alle registrierten Kunden: Via SMS oder E-Mail wird über den aktuellen Status der Erledigung – z. B. über die Überweisung der Schadenssumme – informiert. Kunden, die Inhaber eines UNIQA KundenConto (z. B. im Rahmen der QualitätsPartnerschaft) sind, haben jederzeit Zugriff auf Informationen rund um ihr PartnerConto, Schadenfrei-Bonus und PartnerPunkte. Im PartnerPunkte Shop können die gesammelten Punkte gegen attraktive Leistungen eingetauscht werden. Und seit Mitte 2010 stellt UNIQA ihren Kunden die Abrechnungen aus dem Privatarzt-Tarif kostenlos als pdf zur Verfügung.

Unternehmen & Erträge

Deutliches Prämienwachstum in allen Regionen und Segmenten

21 Märkte in Europa, darunter auch die Länder Zentral-, Ost- und Südosteuropas, bearbeitet UNIQA heute dank der konsequenten Umsetzung ihrer Internationalisierungsstrategie bereits. Der deutlich gewachsene Aktionsradius verleiht der UNIQA Gruppe auch eine deutlich höhere Autonomie und eine wesentlich breitere Risikostreuung. Gleichzeitig bildet das aus der Expansion resultierende Prämienwachstum eine solide Basis für die langfristige Ertragskraft der UNIQA Gruppe.

Weiterhin hat UNIQA auch im Jahr 2010 die noch jungen Märkte in Zentral-, Ost- und Südosteuropa aktiv bearbeitet. Diese Region weist im Vergleich zu Österreich eine geringe Versicherungsdichte und -durchdringung auf und bietet damit – ungeachtet der gedämpfteren Wirtschaftsentwicklung in den letzten beiden Jahren – mittel- und langfristig beachtliches Potenzial für Prämien- und Ertragswachstum. Bei den Produkten hat die breite Diversifikation der UNIQA Gruppe im Jahr 2010 dazu beigetragen, dass alle drei Segmente (Schaden- und Unfall, Lebens- und Krankenversicherung) ein Prämienwachstum von insgesamt 8,4% erreichen konnten. Dies bildet auch die Basis dafür, dass die UNIQA Gruppe ihr Ergebnis trotz deutlich höherer Schadensleistungen aufgrund von Naturkatastrophen sowie anhaltender Investitionen in Servicequalität und Vertriebsausbau gegenüber 2009 stark steigern konnte.

■ Klarer Wachstumsträger Lebensversicherung

Im Jahr 2010 verzeichnete die UNIQA Gruppe eine deutliche Prämiensteigerung in allen Segmenten und Regionen. Klarer Wachstumsträger war dabei die Lebensversicherung mit einem überdurchschnittlichen Wachstum von 13,1% auf 2.664 Mio. €, das insbesondere von der erfreulichen Entwicklung in Italien geprägt war. Durch die 2009 rechtzeitig intensivierte Vertriebskooperation mit dem regionalen Bankpartner Veneto Banca ist es der UNIQA Gruppe gelungen, an der außergewöhnlich hohen Nachfrage zu partizipieren und damit die Lebensversicherungsprämien in Westeuropa insgesamt mit einem Plus von 84,6% auf 533 Mio. € massiv zu steigern. Aber auch in Österreich erzielte die UNIQA Gruppe im Bereich Leben ein Prämienwachstum von 1,0% auf 1.675 Mio. €.

Deutlich erhöht hat sich die Nachfrage nach Lebensversicherungen in Ost- und Südosteuropa – wenn auch in unterschiedlicher Ausprägung. In Summe konnten die Unternehmen der UNIQA Gruppe in dieser Region die Lebensversicherungsprämien 2010 um 11,7% auf 456 Mio. € steigern.

■ Erfolgsfaktor Internationalisierung

Mit mittlerweile über 16 Mio. Verträgen zählt die UNIQA Gruppe zu den bedeutendsten Market Playern in Zentral-, Ost- und Südosteuropa. Rund 20.000 MitarbeiterInnen und ein dichtes Netzwerk an Partnern betreuen 21 Märkte zwischen Adria und Ostsee, Bodensee und Schwarzem Meer. Zu diesen beachtlichen Zahlen leisten die Länder in Central Eastern Europe (CEE) sowie auch die Eastern Emerging Markets (EEM) seit Jahren einen maßgeblichen Beitrag. 1.294 Mio. € oder 20,8% der verrechneten Konzernprämien entfielen 2010 auf Ost- und Südeuropa (+ 12,2%). Die Märkte in Westeuropa verzeichneten insgesamt einen Prämienzuwachs von 32,6% auf 1.101 Mio. €.

In Summe lag der Anteil der internationalen Prämien an der gesamten Konzernprämie 2010 bei 38,5%. Die kontinuierliche Steigerung dieses Wertes ist für UNIQA auch weiterhin ein wichtiges Ziel. Festes Standbein der Gruppe blieb mit einem Anstieg des Prämienaufkommens um 1,9% auf 3,8 Mrd. € und

Hohe Dynamik in den internationalen Märkten

- Internationaler Prämienanteil steigt auf 38,5%
- Bereits 7,8 Mio. Versicherungsverträge außerhalb Österreichs
- Deutliche Prämiensteigerungen in der Tschechischen Republik, Polen, Serbien, Montenegro, Bosnien, Bulgarien und der Ukraine
- Markteintritt in Russland trägt bereits spürbar zur Prämiensteigerung bei
- Eröffnung neuer Zentralen in Budapest und Warschau
- 2009 intensivierte Zusammenarbeit mit der Veneto Banca in Italien bewährt sich

Highlights

2010	20 Jahre UNIQA Ungarn
2009	Markteinstieg Russland
2008	Erwerb Unita in Rumänien
2007	Einstieg bei Sigal Gruppe (Albanien, Mazedonien, Kosovo)
2005/06	Markteinstieg in Bosnien, Serbien, Rumänien, Bulgarien, Ukraine
2004	Übernahme der Mannheimer Versicherung
2004	Akquisition Claris Vita in Italien



UNIQA Ungarn feierte 2010 ihr 20-jähriges Jubiläum: Die Eröffnung des neuen Headquarters in Budapest fand rechtzeitig davor im Dezember 2009 statt.

einem Anteil an der Konzernprämie von 61,5% weiterhin der österreichische Markt.

■ 20 Jahre UNIQA Ungarn

Am 25. Oktober 2010 feierte UNIQA Biztosító die ersten zwei Jahrzehnte ihres Bestehens und konnte dabei mit Stolz auf eine beachtliche Erfolgsgeschichte verweisen: Mit rund einer halben Million Kunden ist das Unternehmen der sechstgrößte Kompositversicherer auf dem ungarischen Markt und eines der am schnellsten wachsenden Versicherungsunternehmen des Landes. UNIQA Biztosító lancierte in Ungarn unter anderem die erste fondsgebundene Versicherung mit garantierter Auszahlung in Euro und die erste Versicherung speziell für Frauen. Die Gesellschaft ist seit 2003 Mitglied der UNIQA Gruppe und beschäftigt mittlerweile 1.460 Mitarbeiter. Die gesamten Prämieinnahmen erreichten im Jahr 2010 über 200 Mio. €.

UNIQA Ungarn feierte das Jubiläum mit besonderen „SilverLine“-Geburtsangeboten, darunter Prämienrabatte von 20% bei gemeinsamem Abschluss einer Wohnungs- und Rechtsschutzversicherung, Rabatte bis zu 25% bei der Kfz- und Kaskoversicherung oder eine neue Multi-Devisen-Lebensversicherung mit großer Anlagenfreiheit. Auch Unfall- und Krankenversicherungen konnten im Rahmen der Jubiläumsaktion mit Vergünstigung abgeschlossen werden.

Neben steigenden Kundenzahlen und Prämieinnahmen erhielt UNIQA in Ungarn 2010 bereits zum vierten Mal in Folge die Auszeichnung als „Superbrand“ und zweimal die B2B-Auszeichnung „Business Superbrand“. Schon 2008 hatte der Ungarische Verband Unabhängiger Versicherungsmakler UNIQA Biztosító, Nummer drei in der Kfz-Versicherung in Ungarn, zum besten Fahrzeug-Versicherer gekürt.

Rechtzeitig vor dem 20-jährigen Jubiläum wurde im Dezember 2009 auch das neue UNIQA Headquarter in Ungarn eröffnet.

Der ansprechende Neubau bietet den ungarischen MitarbeiterInnen helle und modern ausgestattete Büroräume auf einer Nutzfläche von über 18.000 m².

Internationale Auszeichnungen 2010

- **UNIQA pojišťovna** in Tschechien erhält für ihre Risikolebensversicherung die Auszeichnung „Lebensversicherung des Jahres 2010“.
- In Polen wird **UNIQA TU S.A.** der Preis „Trustworthy Financial Product“ für das vertrauenswürdigste Finanzprodukt von der European Federation of Financial Professionals verliehen.
- „Meteo Alert“, die in Rumänien von **UNIQA Asigurari** erfolgreich eingeführte Unwetterwarnung via SMS, erhält die Auszeichnung „Produkt des Jahres“.
- Die kroatische UNIQA Tochtergesellschaft **UNIQA osiguranje d.d.** erhält von der kroatischen Wirtschaftskammer die Auszeichnung „Goldene Kuna“ als beste Versicherung des Landes. Bewertet wurden u. a. Produktinnovationen und Geschäftsentwicklung des Unternehmens.
- Mehrfach im Finanzproduktwettbewerb mit dem Preis „Gold Coin“ ausgezeichnet wurde die slowakische **UNIQA poisťovňa**. Zu ihren erfolgreichsten Produkten zählt nach wie vor die „Unfall & Pflege“-Versicherung. Insgesamt erreichte UNIQA poisťovňa drei zweite und drei dritte Platzierungen.



Mag. Hannes Bogner
Mitglied des Vorstands

„Die erfolgreiche internationale Expansion der UNIQA Gruppe bestätigt unsere Strategie. Nach mehr als 15 Akquisitionen sind wir heute erfolgreich in 21 Märkten aktiv, haben unsere Kundenanzahl und unser Prämienvolumen vervielfacht und auch unser Ergebnis massiv gesteigert. Selbst in den Krisen Jahren 2007 und 2008 haben wir uns dank der breiten Aufstellung unserer Gruppe solide gehalten. Viele Standbeine verleihen eben höhere Stabilität und bilden damit einen entscheidenden Vorteil. Auch in Zukunft werden wir diesen Weg weitergehen und unsere Finanz- und Ertragskraft weiter stärken. VON ÖSTERREICH NACH EUROPA.“

■ Markteintritt in Russland trägt bereits Früchte

Sehr positiv entwickelt sich im Berichtszeitraum die im Jahr 2009 in Umsetzung der Expansionsstrategie von UNIQA gegründete Raiffeisen Life Versicherung in Russland. Sie bietet maßgeschneiderte, gemeinsam mit der ZAO Raiffeisenbank entwickelte Lebensversicherungen an. Dank der bereits gut eingeführten Marke „Raiffeisen“, die stark mit Vertrauen assoziiert wird, bewährt sich die strategische Partnerschaft mit dieser führenden österreichischen Bankengruppe hier in besonderer Weise. Operativ tätig sind in Russland rund 50 MitarbeiterInnen, vertrieben werden die UNIQA Produkte in ganz Russland in über 200 Bankstellen, auf deren Bedürfnisse und Möglichkeiten die Bankassurance-Produkte speziell zugeschnitten wurden.

Die neue Gesellschaft profitiert aufgrund der vollen Einbindung in den UNIQA Konzern von der Produkt- und Vertriebserfahrung aus Österreich und aus den zentral- und osteuropäischen Tochtergesellschaften gleichermaßen. Das Prämienpotenzial ist dabei ausgesprochen hoch – derzeit entfallen im Schnitt pro Jahr nur 183 € an Versicherungsprämien auf jeden der 142 Mio. Einwohner Russlands. In Österreich liegt dieser Wert hingegen bei 1.935 €. Schon im ersten vollen Jahr ihrer Tätigkeit konnte die Raiffeisen Life Versicherung Prämien von über 11 Mio. € erzielen und mehr als 51.000 neue Kunden gewinnen. Der überwiegende Anteil der Prämieinnahmen stammt aus dem Vertrieb von klassischen Er- und Ablebensversicherungen und aus der Absicherung von Verbraucherkrediten, Autokrediten und Kreditkarten. Für 2011 wird ein weiteres Anziehen des Lebensversicherungsmarktes erwartet. Ebenso steigen soll das bei der Raiffeisen Bank Russland nachgefragte Finanzierungsvolumen und lässt damit auch für die Raiffeisen Life Versicherung weiteres großes Wachstumspotenzial erwarten.

■ „Faces for UNIQA“ vereint in Wien

Seit Neueinführung der Marke UNIQA im Jahr 1999 setzt die Gruppe zur Steigerung ihrer Bekanntheit und ihres Image auf die Partnerschaft mit erfolgreichen Sportlerpersönlichkeiten. Diese Strategie wurde im Zuge der internationalen Expansion auch auf die neuen Märkte ausgeweitet. So verbinden UNIQA mittlerweile in fast jeder Region, in der sie aktiv ist, Werbepartnerschaften mit lokal bekannten SportlerInnen mit hohem Sympathiefaktor. Zu ihnen zählen die Skirennläufer Stephan Eberharter, Benjamin Raich und Marlies Schild aus Österreich, Veronika Zuzulová aus der Slowakei sowie Ivet Lalova, Weltklasesprinterin aus Bulgarien. Weiters Krisztián Pars, Hammerwerfer aus Ungarn, Aleksandar Đorđević, Basketball-Legende aus Serbien, Bogdan Wenta, Trainer der polnischen Herren-Handball-Nationalmannschaft, und seit kurzem der montenegrinische Wasserballer Nikola Janovic.

■ Internationalisierung von EBRD unterstützt

Weiterhin aktiv gefördert wird die Internationalisierung der UNIQA Gruppe von der European Bank for Reconstruction and Development (EBRD). Das im November 2007 von 70 Mio. € auf 150 Mio. € erhöhte Rahmenabkommen intensivierte die bereits seit 1998 bestehende bewährte Zusammenarbeit. Bis Ende 2017 steht der EBRD damit ein beträchtlich erweiterter finanzieller Spielraum zum Erwerb von Minderheitsbeteiligungen an bestehenden UNIQA Tochtergesellschaften in Zentral- und Osteuropa zur Verfügung.

■ Standard & Poor's bestätigt erneut A-Rating

Die internationale Ratingagentur Standard & Poor's (S&P) hat im Mai 2010 das bestehende A-Rating für die UNIQA erneuert und bestätigt. Die wesentlichen Ratingfaktoren und Stärken der Gruppe überzeugten S&P aufs Neue, so etwa die starke Wettbewerbsposition als einer der Marktführer in Österreich oder die beachtlichen Vertriebskapazitäten. Hervorgehoben wurden auch der Bankassurance-Vertrieb über die Raiffeisenbanken und die erfolgreiche Expansion nach Zentral- und Osteuropa.

MitarbeiterInnen & Partner

In ganz Europa für Kunden aktiv

Erstklassige Aus- und Weiterbildungsprogramme sowie umfangreiche Initiativen zur Motivation der MitarbeiterInnen sind wesentliche Erfolgsfaktoren für die Führungsrolle der UNIQA Gruppe in Zentral- und Osteuropa. Weiters tragen Flexibilität und Mobilität verbunden mit einem Höchstmaß an Professionalität dazu bei, den Dienst am Kunden auf höchstem Niveau sicherzustellen.

■ GoAhead – mit UNIQA im Unternehmen wachsen

Als europaweit expandierender Konzern setzt UNIQA mit ihrem Mobilitätsprogramm GoAhead ihre MitarbeiterInnen innerhalb der Unternehmensgruppe bereits seit 2003 gezielt international ein. Sie erfüllt damit eine der zentralen Aufgaben ihres Personalmanagements, die sie in der nachhaltigen Förderung der MitarbeiterInnen zur Steigerung von Mobilität & Wissenstransfer sieht. GoAhead zielt in diesem Sinn auf zeitlich befristete Einsätze österreichischer MitarbeiterInnen in internationalen Konzernunternehmen ab, umgekehrt engagieren sich auch ausländische Kollegen in Österreich oder anderen Ländern, in denen UNIQA aktiv ist. GoAhead dient dabei neben dem unternehmensinternen Austausch von Know-how auch gezieltem multinationalem Networking und damit der Stärkung einer gemeinsamen Unternehmenskultur.

Laufend wird das Programm, das konzernintern auch als Auszeichnung und als Sprungbrett zu weiteren Karriereschritten gilt, durch neue Elemente verbessert und noch effizienter gestaltet. 2005 erfolgte etwa die Einführung des Moduls GoAhead Light für Kurzeinsätze im Ausland, 2006 folgte GoAhead Light Mentoring (internationale Know-how-Partnerschaften). Diese beiden Modelle sehen Aufenthalte von nur ein bis drei Monaten vor, während sich der „normale“ Auslandseinsatz im Schnitt über zwölf bis 36 Monate erstreckt. Rund drei Viertel aller Teilnehmer von GoAhead optierten seither für diese Kurzversion.

Seit Bestehen erfreut sich GoAhead bei den MitarbeiterInnen großer Beliebtheit: Insgesamt konnte das Programm bereits rund 600 TeilnehmerInnen aus 19 Ländern verbuchen. Allein im Jahr 2010 beteiligten sich 147 MitarbeiterInnen an dieser Initiative.

■ UNIQA ManagerAkademie – durch höhere Qualifikation zu neuen Chancen

Mit der ManagerAkademie stellt UNIQA Führungskräften und Experten ein hochwertiges dreistufiges Fortbildungsprogramm zur Verfügung, das sie in einzelnen von einander unabhängigen Modulen absolvieren können. Ziel ist es, die Strategie- und Umsetzungskompetenz der TeilnehmerInnen zu stärken und ihnen dabei gleichzeitig die Möglichkeit zu bieten, ein internationales Netzwerk aufzubauen. Zusätzlich bietet die ManagerAkademie eine Plattform für den Erfahrungsaustausch und trägt damit nicht nur zur klaren Formulierung von Zielen, sondern auch zu deren bestmöglicher Verwirklichung bei. Informationsaustausch auf höchstem Niveau findet zudem im jährlichen ManagerCircle statt, in dem Führungskräfte der gesamten UNIQA Gruppe aktuelle Themen und neue Strategien für das Unternehmen diskutieren.

■ „Früh übt sich ...“ – Internationalität in der Lehrlingsausbildung

Schon in der Lehrlingsausbildung setzt UNIQA an, um die internationale Mobilität ihrer MitarbeiterInnen zu fördern. So kombiniert die Gruppe das zweijährige Ausbildungsprogramm für ihre jungen MitarbeiterInnen im Sinn der Internationalisierung seit 2008 mit einem fünfmonatigen Praktikum in einer UNIQA Gesellschaft im Ausland. Dadurch soll einerseits die Mobilität und andererseits der Aufbau eines persönlichen Netzwerks gefördert werden. 2010 wurden derartige Praktika von Lehrlingen aus den Landesdirektionen Wien und Oberösterreich in ungarischen und tschechischen Konzerngesellschaften absolviert. Auch eine Lehrlingsausbildung im ExklusivVertrieb wird von UNIQA angeboten. Ziel dieses Programms ist es, Lehrlinge mit fachlichem Wissen und erster Vertriebserfahrung auf den Job als Verkäufer vorzubereiten. Mehr als 60 Lehrlinge haben seit Einführung an diesem Programm teilgenommen.

Highlights

2010	ExklusivVertrieb auf rund 3.000 MitarbeiterInnen und Partner aufgestockt
2009	Neue Headquarters Bosnien und Ungarn
2008	Neue Landesdirektion Tirol
2007	Neues Headquarter Tschechische Republik
2004	Eröffnung UNIQA Tower
2003	Launch des Mobilitätsprogramms GoAhead



Seit nunmehr sechs Jahren befindet sich das Headquarter der gesamten Gruppe im top-modernen Wiener UNIQA Tower. Auch bei den neuen Zentralen in Budapest und Warschau wurde auf eine zeitgemäße, ansprechende Gestaltung der Büroräumlichkeiten Wert gelegt.

■ TalentManagement für High Potentials

Ein wichtiger Schwerpunkt der Personalentwicklung lag 2010 wie schon in den Jahren zuvor auf dem TalentManagement, da UNIQA bestrebt ist, den Großteil der vielen Führungspositionen des stark wachsenden Konzerns aus den eigenen Reihen zu besetzen. Für in- und ausländische Talente besteht zu diesem Zweck das so genannte DevelopmentCenter, ein qualifizierter Beobachtungsprozess, in dessen Rahmen sie ihr Führungspotenzial unter Beweis stellen können. Für die hier identifizierten Talente werden individuelle Entwicklungspläne erstellt, um das vorhandene Potenzial kurz- bzw. mittelfristig in echte Fähigkeiten und Fertigkeiten umzuwandeln. In Österreich haben 2010 23 MitarbeiterInnen an einem DevelopmentCenter teilgenommen, von denen sich 16 für die jeweils nächste Führungsebene qualifizierten.

Parallel zur Weiterentwicklung von Führungstalenten legt UNIQA aber auch großen Wert auf die Förderung von Fachspezialisten. Sie trägt damit den Anforderungen an gezieltes Wissensmanagement Rechnung, um qualifizierte MitarbeiterInnen langfristig für UNIQA zu erhalten.

■ UNIQA Erfolgsentlohnungssystem – unternehmerisches Denken gefragt

Mit dem UNIQA Erfolgsentlohnungssystem erhalten MitarbeiterInnen die Möglichkeit, am wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens zu partizipieren. Seit seiner Einführung im Jahr 2002 wurde das Programm ständig ausgeweitet und umfasste im Jahr 2010 in Österreich fast 12% der Führungskräfte und MitarbeiterInnen im Innendienst. Ausgehend von den strategischen Unternehmenszielen werden Bereichs- und Spezialbereichsziele abgeleitet sowie die Zielwerte auf den jeweiligen Geschäftsplan abgestellt und bilden damit die Grundlage des Erfolgsentlohnungssystems. Als internationaler Konzern hat UNIQA dieses Modell bald nach seiner Einführung in Österreich auch auf die Länder außerhalb des Heimatmarktes ausgeweitet.

Heute kommt das UNIQA Erfolgsentlohnungssystem in nahezu allen UNIQA Ländern zum Einsatz.

■ Spezielle Features für Innen- und Außendienst

Auch 2010 wurden wieder flächendeckend die konzernweit institutionalisierten MitarbeiterInnengespräche für den Innendienst durchgeführt. Für den angestellten Außendienst wurde dieses Instrument im abgelaufenen Jahr bereits zum vierten Mal, für das MaklerService zum zweiten Mal mit großem Erfolg eingesetzt. Innerhalb der Führungskräfteausbildung im angestellten Außendienst wurde der Fokus 2010 auf die Stärkung der Funktion des Verkaufsmanagers und dessen Aufgaben gelegt. Die für Führungskräfte in neuen Funktionen 2007 erstmals eingesetzten individuellen Entwicklungspläne wurden 2010 fortgeführt.

Mit einem neuen elektronischen Dokumentationsmanagementsystem (DMS) hat UNIQA die Bearbeitung von Kundenanfragen für MitarbeiterInnen und Partner 2010 noch effizienter gestaltet. Im Außendienst wurden dadurch z. B. viele Arbeitsschritte über so genannte Point-of-Sale-Systeme, die Anträge via Knopfdruck automatisch weiterleiten, erheblich erleichtert. Partner wie Kfz-Werkstätten können über eigene Online-Plattformen nun rasch und unbürokratisch mit UNIQA kommunizieren. 2010 wurden auf diese Weise rund 100.000 Anfragen zwischen Werkstätten, UNIQA und Sachverständigen effizient online abgewickelt. Mit diesem elektronischen System können auch Konzerngesellschaften im Ausland bzw. deren Dienstleistungen einfach miteinbezogen bzw. genutzt werden – so etwa das Cross-Border-Service (CBS) der slowakischen Servicegesellschaft in Nitra, das nun österreichische UNIQA MitarbeiterInnen mit definierten Serviceleistungen unterstützt. Dazu zählt z. B. die Aufbereitung der elektronischen Post für die Landesdirektionen und die Zentrale.



Am ManagerCircle 2010 in Wien nahmen rund 150 Führungskräfte aus der gesamten UNIQA Familie teil. Der Konzernvorstand brachte sie dabei auf den letzten Stand hinsichtlich der aktuellen Strategie und der Planungen des Unternehmens.



Über 700 Teilnehmer fanden sich beim GeneralAgenturCongress 2010 in Saalfelden zu einer informativen Tagung zusammen. Auch das Networking kam dabei neben Themenforen und Messeständen nicht zu kurz.

Umfangreiche Weiterbildungsmöglichkeiten für alle UNIQA MitarbeiterInnen in Österreich bietet seit 2010 eine neue E-Learning-Plattform. Das Angebot umfasst über 40 Lernmodule zu Fachkursen, die sich auf Themen wie etwa Haftpflicht und Kfz, rechtliche Richtlinien, den UNIQA VitalClub oder das KundenManagementSystem U.KMS erstrecken. Der Zugang zu diesem Tool steht allen MitarbeiterInnen der Gruppe dabei nicht nur online, sondern auch offline – also außerhalb des UNIQA Netzwerks – offen.

■ UNIQA ExklusivVertrieb am Puls der Zeit

Einen besonderen Stellenwert in der Betreuung der UNIQA Kunden genießt traditionell der ExklusivVertrieb. Basis dafür ist die laufende und flexible Anpassung an die veränderten Anforderungen von Kunden und Märkten. Die kontinuierliche Steigerung der Servicequalität im Sinn der Vollkundenstrategie führte 2010 zu einer Aufstockung der Zahl der MitarbeiterInnen und Partner auf über 3.000. Ziel ist es, dezentrale Service-Standorte mit möglichst umfangreichen Kompetenzen vor Ort auszubauen, um die Exklusivität der UNIQA Agenturpartner und die Repräsentanz der Marke UNIQA weiter zu stärken. Durch die bedarfsorientierte Rundumbetreuung der Kunden stehen die UNIQA MitarbeiterInnen dabei als Kunden- und Beziehungsmanager immer mehr im Vordergrund.

Damit Führungskräfte und MitarbeiterInnen im Außendienst und in den UNIQA GeneralAgenturen stets über Wissen auf dem neuesten Stand, professionelles Know-how sowie einen hohen Motivationsgrad verfügen, steht eine Reihe von Informations- und Ausbildungsmöglichkeiten zur Verfügung. In Umsetzung der strategischen Hauptziele der Gruppe lag der Fokus hier im Jahr 2010 auf dem Bereich „ertragreiches Wachstum“. Besondere Schwerpunkte bildeten dabei die Themen „Produktivität“, „Vertriebsausbau“ und „Vollkunde“.

Im Rahmen des FührungskräfteEntwicklungsForums wurden parallel dazu auch 2010 wieder Seminare zu den verschiedensten Themenschwerpunkten angeboten. Im Vordergrund stand dabei die weitere Verbesserung der Führungskompetenz im Sinn der Steuerung und Wirkung.

■ Umfassende Info für UNIQA GeneralAgenturen

Um im Agenturvertrieb umfassende Information über Entwicklung, Strategie und Produkte von UNIQA zu gewährleisten, fand 2010 in Saalfelden bereits der siebente UNIQA GeneralAgenturCongress statt. Insgesamt mehr als 700 Teilnehmer aus Österreich sowie interessierte Vertreter von GeneralAgenturen aus der Slowakei, Bosnien, Polen und der Tschechischen Republik informierten sich dabei hautnah über die Entwicklungen der letzten Monate und die Aussichten für die Zukunft. Gleichzeitig erfuhren sie zahlreiche wertvolle Details über Produktinnovationen oder Werbemöglichkeiten – elf Messestände, Themenforen und eine Podiumsdiskussion boten breiten Raum dafür.

Der GeneralAgenturCongress bildet alljährlich den Höhepunkt der Initiativen zur Stärkung und zum Ausbau des seit 1999 etablierten und europaweit bewährten GeneralAgentur-Systems von UNIQA. Laufend gewinnt dieses System in Österreich für den Gesamtkonzern weiter an Bedeutung. Per Ende 2010 bestanden bereits General- und PartnerAgenturen an über 300 Standorten in Österreich.



Dr. Gottfried Wanitschek
Mitglied des Vorstands

„Entscheidend für den Weg von UNIQA zum internationalen Player waren und sind unsere höchst kompetenten und engagierten MitarbeiterInnen. Umfangreiche Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten – etwa das einzigartige, von UNIQA entwickelte Mobilitätsprogramm GoAhead – tragen dazu bei, dass unsere MitarbeiterInnen und damit auch ihr Know-how gemeinsam mit dem Unternehmen wachsen. Wir werden auch in Zukunft in umfassende Förderprogramme investieren, um unseren erfolgreichen Weg gemeinsam mit den in der und für die Gruppe tätigen Menschen weiterzugehen. VON ÖSTERREICH NACH EUROPA.“

Wichtigste Informations- und Know-how-Quelle für selbstständige Vertriebspartner von UNIQA ist die gut eingeführte GeneralAgenturAkademie. Neben der Grundausbildung, in der die wichtigsten UNIQA Vorsorge- und Risikolösungen im Rahmen der Vollkunden-Strategie vermittelt werden, bietet sie als zentrale Aus- und Weiterbildungsinstitution eine Fülle von Vertiefungsseminaren an. Die Themenkreise reichen hier von „Unternehmer & Führungskraft“ über „Produkt & Argumentation“ oder „Verkauf & Profi“ bis hin zu „Arbeiten & Technik“. Speziell auf Backoffice-MitarbeiterInnen abgestimmte Seminare runden die breite Palette ab. Als wichtigen Impuls für die Motivation ihrer Partner veranstaltet UNIQA regelmäßig Reisen für MitarbeiterInnen von GeneralAgenturen. 2010 z. B. führte die GeneralAgenten-Reise rund 100 sehr zufriedene TeilnehmerInnen nach Marrakesch.

■ Know-how und effektive Tools für Makler

Auch für Makler bietet UNIQA fokussierte Seminare, die mit einer vielfältigen und anspruchsvollen Palette an Themen und Inhalten einen wichtigen Beitrag zur beruflichen und persönlichen Weiterbildung leisten. Als größter Partner der österreichischen Makler setzte das UNIQA MaklerService 2010 hier erneut zahlreiche Akzente, die in der Branche durchwegs gut aufgenommen wurden.

Zentrales Tool der Weiterbildung für Makler ist die bereits 1997 gegründete Maklerakademie (MAK), an deren Veranstaltungen insgesamt schon mehr als 2.000 Personen teilgenommen haben, davon 167 allein im Jahr 2010. Ihre vielfältigen Themen reichen von Wirtschaft, Finanzen und Börse über persönliche Fitness bis hin zu Mentaltrainings. Weiters bietet die Maklerakademie regelmäßig Veranstaltungsreisen zu attraktiven Destinationen in aller Welt an, die starke Resonanz bei den Maklern finden. Weiterbildung und Networking stehen dabei im Mittelpunkt, so etwa 2010 in Marrakesch.

Die elektronische Vertriebsplattform für Makler (VPM) wurde 2010 durch das neue UNIQA KundenManagementSystem (U.KMS) abgelöst. U.KMS bietet nicht nur alle bewährten Features zur Unterstützung der täglichen Arbeit, sondern optimierte darüber hinaus die Systemtechnologie, sodass nun noch schneller auf die Bedürfnisse der Vertriebspartner reagiert werden kann. Zahlreiche Funktionen fördern in diesem Sinn ein möglichst effizientes Arbeiten: Ein Online-Tarifprogramm präsentiert etwa auf einen Klick das gesamte Produktportfolio von MaklerSelect, der exklusiven Produktlinie für die unabhängigen Vermittler. Offerterstellung und Versicherungsantrag funktionieren auf dieser Grundlage schnell und unkompliziert per Mausklick. Anträge aus allen Versicherungssparten lassen sich ebenfalls elektronisch überleiten und werden automatisiert vergütet.

Spezielle Assistance-Leistungen und Serviceangebote, etwa im Rahmen der TopPartnerCard, explizite Servicegarantien sowie ein speziell auf die individuellen Bedürfnisse der Makler abgestimmtes Informationswesen runden das attraktive Angebot der UNIQA für alle unabhängigen Vermittler ab.



Höhepunkt des 40-jährigen Bestandsjubiläums der Raiffeisen Versicherung war ein zweitägiges Event in Obertauern.

■ Bankenkooperationen bewähren sich weiter

Erneut sehr bewährt hat sich im abgelaufenen Jahr die seit 2004 bestehende Preferred Partnership von UNIQA mit der Raiffeisen Bankengruppe in Zentral- und Osteuropa, die im Interesse von Kunden und Unternehmen stetig weiter ausgebaut wird. Neben dem Vertrieb kombinierter Bank- und Versicherungsprodukte zielt die Partnerschaft vor allem auf die sukzessive Einführung von kapitalbildenden Lebensversicherungsprodukten in ausgewählten Märkten. Sowohl für UNIQA als auch für Raiffeisen ergeben sich aus dieser Kooperation umfangreiche Synergien und Vorteile. Mittlerweile umfasst die Kooperation 14 Märkte, in denen 15 Millionen Kunden in rund 3.000 Filialen betreut werden. 2010 lag das Prämienvolumen bei rund 1 Mrd. €.

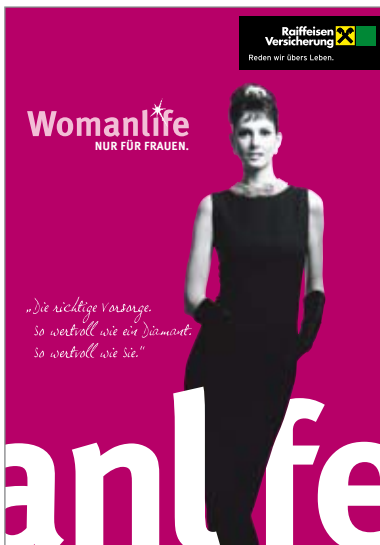
Parallel zu dieser Kooperation mit Raiffeisen besteht eine seit 2009 vertiefte Zusammenarbeit mit der auf Lebensversicherungen spezialisierten Veneto Banca Gruppe in Italien. Auch sie hat sich gerade 2010 durch den Boom bei Lebensversicherungen sehr bewährt.

In Summe generierte UNIQA gemeinsam mit den beiden Partnern im Bankenvertrieb 2010 rund 25% der Auslands-Konzernprämien in Mittel- und Osteuropa. Für den österreichischen Bankenvertrieb der UNIQA Gruppe ist die Raiffeisen Versicherung verantwortlich. Mit Produkten aus den Sparten Leben, Unfall, Sach und Kfz ist sie in Österreich breit aufgestellt und verwaltet rund 1,5 Mio. Verträge.

Im Rahmen eines Optimierungsprogramms hat die Raiffeisen Versicherung bereits 2008 anhand definierter Standards Voraussetzungen für ein effizientes und unternehmensübergreifendes Prozessmanagement geschaffen. Anhand von Key Performance Indices werden die Einhaltung kundenorientierter Qualitätskriterien sowie die erreichten Reaktions- und Durchlaufzeiten stetig bewertet, analysiert und durch entsprechende Einzel- oder Generalmaßnahmen verbessert.

■ 40 Jahre Raiffeisen Versicherung

Mit einer Roadshow durch ganz Österreich hat die Raiffeisen Versicherung 2010 ihr 40-jähriges Bestandsjubiläum gefeiert. Der Höhepunkt der Feierlichkeiten fand im November 2010 im Rahmen eines zweitägigen Events in Obertauern statt. Das Programm für mehr als 500 Gäste umfasste – neben der Jubiläumsfeier selbst – zahlreiche Outdoor-Aktivitäten von Schneeschuhwandern bis hin zu Eisstockschießen, die von Raiffeisen Versicherung-Testimonial Matthias Lanzinger und vielen anderen prominenten Sportlern begleitet wurden. Die beiden Vorstandsdirektoren Dr. Klaus Pekarek und Mag. Martin Sardelic prämierten im Rahmen dieses Events zudem die drei jeweils besten BeraterInnen aus den Sparten Leben, betriebliche Vorsorge, Unfall-, Sach- und Kfz-Versicherungen. Im Fokus der Aktivitäten der Raiffeisen Versicherung steht neben dem Thema Sicherheit auch künftig ihre Kernkompetenz im Vorsorge- und Absicherungsbereich. In diesem Sinn fand auch im Sommer 2010 in Athen ein Symposium rund um das Thema Pension und private Vorsorge statt.



Die finanzielle Vorsorge für Frauen steht bei der Initiative „Womanlife“ im Vordergrund.

■ Womanlife – Frauenvorsorgeprogramm der Raiffeisen Versicherung

Bereits 2003 von der Raiffeisen Versicherung ins Leben gerufen, machte das Programm Womanlife auch 2010 wieder gezielt auf die Bedeutung der finanziellen Vorsorge für Frauen – ein in der Vergangenheit eher vernachlässigtes Thema – aufmerksam. Zum Instrumentarium für die in diesem Kontext ausschließlich weiblichen Beraterinnen der Raiffeisenbanken gehören neben maßgeschneiderten Produktvorteilen speziell für Frauen auch Workshops zur Verkaufsberatung, zur Unterstützung von Kundinnenveranstaltungen und zu Vertriebsaktionen für Frauen. Damit ist das Angebot von Womanlife derzeit das umfangreichste Programm zur speziellen Frauenvorsorge im österreichischen Markt. Als Ergänzung und thematische Abrundung hat die Raiffeisen Versicherung Ende 2005 mit dem „Circle Womanlife“ auch eine Online-Plattform ins Leben gerufen, die dem Erfahrungsaustausch und als Informationsquelle für Beraterinnen der Raiffeisenbanken dient.

Corporate Citizenship

Verantwortungsbewusster Partner für die Zukunft

Als bedeutender Arbeitgeber und wichtiger Player in allen ihren Märkten nimmt UNIQA auch ihre hohe gesellschaftliche Verantwortung aktiv wahr. Deshalb initiiert und unterstützt die Gruppe im Rahmen ihrer Möglichkeiten Projekte in den Bereichen Umwelt, Sport, Kunst und Kultur. Als Innovationsführerin im Versicherungsbereich ist UNIQA gleichzeitig bestrebt, ökologisch zukunftsweisende und nachhaltige Maßnahmen umzusetzen und verantwortungsvoll für die Zukunft zu handeln.

■ Aktivitäten im Bereich Umweltschutz

Als Gründungsmitglied der [Raiffeisen Klimaschutz-Initiative \(RKI\)](#) setzt sich UNIQA zum Ziel, den ökologischen Herausforderungen der Zukunft mit nachhaltigen Maßnahmen zu begegnen. Im Rahmen der RKI werden mit gebündelten Kräften aller Mitglieder substanzielle Projekte gegen den Klimawandel initiiert. Dabei werden sowohl inhaltliche als auch finanzielle Synergien zwischen den teilnehmenden Unternehmen genutzt. Zudem vermittelt ein von UNIQA herausgegebenes [Klimaschutzhandbuch](#) allen UNIQA MitarbeiterInnen die Anliegen der RKI, bis hin zu konkreten Tipps und Anregungen zur Klimaentlastung im privaten und beruflichen Alltag. Ebenfalls im Handbuch dargestellt werden die klimabezogenen Aktivitäten von UNIQA sowie alle ihre klimafreundlichen Versicherungsprodukte. Eine der zahlreichen Aktionen ist der einmal im Jahr im UNIQA Tower stattfindende Klimaschutztag, der unter anderem dazu beitragen soll, das öffentliche Bewusstsein für die Themen Nachhaltigkeit, Klimaschutz, Energieeffizienz und erneuerbare Ressourcen zu vertiefen. Weitere Aktivitäten von UNIQA im Rahmen der RKI waren 2010 z. B. die Teilnahme am dritten Raiffeisen Energiespartag sowie die erneute Unterstützung der Aktion „Autofasten“, die während der Fastenzeit zu einer Einschränkung von Autofahrten und zu einem Überdenken des eigenen Mobilitätsverhaltens aufruft.

2010 ging erstmals der im Rahmen der RKI veranstaltete Ideenwettbewerb „[Raiffeisen Klimaschutz-Challenge](#)“ über die Bühne. Vierzehn RKI-Mitglieder nahmen daran teil, von denen UNIQA überhaupt die meisten Projekteinreichungen erreichte. Visionäre Innovationskraft, die mit dem ersten Platz belohnt wurde, bewies das UNIQA MitarbeiterInnen-Team mit dem Förderkonzept „Grüne Mobilität“: Die vorgeschlagene Einführung von drei Rating-Stufen (G, GG, GGG) soll die Beurteilung von Maßnahmen zur nachhaltigen Mobilität ermöglichen und gleichzeitig evaluieren, ob die Maßnahmenziele erreicht wurden.

■ UNIQA belohnt umweltbewusste Kunden

Vor allem in der Kfz-Versicherung setzt UNIQA zahlreiche Maßnahmen zur Förderung des Klimaschutzes. Kunden, die sich für die innovative Kfz-Versicherung Safeline entscheiden, belohnt UNIQA zusätzlich für umweltbewusstes Handeln. So erhalten Wenigfahrer einen [Umweltbonus](#) in Form einer Prämienersparnis. Im Onlineportal myUNIQA.at sind die ermittelten Daten für den Kunden sichtbar und bieten ihm gleichzeitig wertvolle Informationen zu seiner eigenen Fahrleistung und CO₂-Bilanz. Kunden mit einer Jahresnetzkarte für öffentliche Verkehrsmittel erhalten darüber hinaus mit der Aktion „[Auto & Netz](#)“ eine Gutschrift über drei Monatsprämien. Als Innovationsführer hat UNIQA auch den Trend zur Elektromobilität frühzeitig erkannt und unterstützt diesen aktiv mit einer attraktiven Versicherung für E-Bikes, E-Mountain-Bikes, Bikeboards und Segways.

Im Bereich der prämiengeförderten Zukunftsvorsorge konnten UNIQA Kunden mit der [Special Edition Klimaschutz III](#) des neu aufgelegten Best Zins & RZB Kapitalgarant gleichzeitig ihr „grünes Gewissen“ stärken: Der Gegenwert des gezeichneten Kapitals wird in Projekte zur Förderung des Klimaschutzes investiert.

■ Neu eröffneter Nouvel Tower vereint höchste architektonische und ökologische Ansprüche

Die Eröffnung des von Pritzker-Preisträger Jean Nouvel konzipierten Hotel Towers im Dezember 2010 stellt einen Höhepunkt in der städtebaulichen Entwicklung Wiens dar – auch in ökologischer Hinsicht. Der UNIQA Gruppe als Bauherr gelang es, die Donaukanalkante neben dem UNIQA Tower um ein weiteres einzigartiges Gebäude zu erweitern und damit ein Signal für Qualität, Nachhaltigkeit und Mut zum Außergewöhnlichen zu setzen. Der hohe ökologische Anspruch des Nouvel Towers erfährt mit der 600 m² großen „grünen Wand“ des Künstlers Patrick Blanc seine sichtbarste Ausprägung – äußeres Signal für

Highlights

2010	Eröffnung des Hotel Towers von Jean Nouvel mit innovativen Energiespar-Features
2010	Versicherung des jüngsten Pandababys im Tiergarten Wien-Schönbrunn
2008	UNIQA Tower in Wien wird mit EU-Zertifikat Green-Building ausgezeichnet
2007	UNIQA ist Gründungsmitglied der Raiffeisen Klimaschutz-Initiative (RKI)
Seit 2003	Kooperation mit dem Tiergarten Schönbrunn
Seit 2002	UNIQA Sponsor der Salzburger Festspiele



Bereits zum dritten Mal fand der UNIQA Energiespartag im Rahmen der Raiffeisen Klimaschutz-Initiative im UNIQA Tower statt.

die **umfangreichen Energie- und Umweltschutzmaßnahmen**, die im Zuge des Baus umgesetzt wurden. Diese Wand besteht aus 200.000 Pflanzen, die vertikal an einer Stahlkonstruktion vor der benachbarten Feuerwand angebracht wurden.

Allein bei den haustechnischen Anlagen investierte UNIQA für energiesparende Maßnahmen rund 2,6 Mio. €. Für hohe Energieeffizienz sorgen etwa die Verwendung von Erdspeichern, die im Sommer die Kühlung und im Winter die Beheizung unterstützen, sowie der innovative Einsatz von Brunnenwasser zur Fassadenkühlung. Weiters gleichen über 320 Kleinwärmepumpen den unterschiedlichen Heiz-Kühlbedarf im Sommer und im Herbst aus, und im Sommer deckt eine 216 m² große Dach-Solaranlage den gesamten Warmwasserbedarf des Hotels.

Als progressiv und beispielhaft im Klimaschutz gilt bereits der im Jahr 2004 eröffnete UNIQA Tower: 2008 wurde ihm neben dem **Facility Preis** der Akademie für technische Gebäudeausrüstung auch das EU-Zertifikat **Green-Building** von der Österreichischen Energieagentur verliehen. Der von der Energieagentur als „Energiebewusster Neubau“ prämierte Turm ist damit der erste Büroneubau in Österreich und auch europaweit eines der ersten Gebäude, die dieses EU-Zertifikat erhielten.

■ **Verlässlicher Partner im Kunst- & Kultur-, Sport- und Sozialsponsoring**

Die seit Jahren verfolgte Strategie, ihren Bekanntheitsgrad und ihre Positionierung als europäische Qualitätsmarke mit österreichischen Wurzeln durch gezieltes Sponsoring zu stärken, hat UNIQA auch 2010 mit einer Reihe von Initiativen umgesetzt.

Ein besonderes **Sponsoring-Highlight** war das im August 2010 im Wiener Tiergarten Schönbrunn zur Welt gekommene Pandababy Fu Hu, mit dessen Geburt UNIQA ihren umfassenden Versicherungsschutz nun auf alle drei Pandabären im historischen Zoo erweitert hat. Nur drei Jahre nach der Geburt des ersten Schönbrunner Pandababys Fu Long konnte der Tiergarten mit Fu Hu neuen Nachwuchs in seiner Pandafamilie verzeichnen. Bereits seit 2003 ist der Versicherungsschutz rund um die Pandabären ein wichtiges Sponsoringprojekt für UNIQA, das mit einer maßgeschneiderten Transportversicherung für die Überstellung der Elterntiere von China nach Wien begann. Da die Pandabären im Eigentum der Volksrepublik China verblieben, musste auch eine spezielle Haftpflichtversicherung für den Schönbrunner Tiergarten entwickelt werden. Auch Fu Longs Rückreise in seine Heimat China hatte UNIQA 2009 versichert.

Im Rahmen des **Kultursponsoring** förderte UNIQA 2010 bereits zum achten Mal als einer der Hauptsponsoren die Salzburger Festspiele und zum vierten Mal das Musikfestival Grafenegg. Substanzielle Unterstützung erhielten auch 2010 wieder die Seefestspiele Mörbisch, die Wiener Staatsoper sowie die Produktion von Verdis „Rigoletto“ in der Wiener Volksoper. Ein Highlight, das auch den UNIQA Tower erleuchten ließ, war die Personale von Brigitte Kowanz im MUMOK. Im Rahmen dieser Ausstellung gestaltete die Künstlerin eine Lichtinstallation aus 40.000 LED-Lichtpunkten für die 7.000 m² große Fassade des UNIQA Towers. Im Rahmen der langjährigen Funktion von UNIQA als Versicherer und Sponsor des MUMOK gelang es damit 2010 auf außergewöhnliche Weise, Kunst in den öffentlichen Raum Wiens zu transferieren. Der UNIQA ArtCircle, ein Spezialprogramm für kunstbegeisterte Kunden, bot zudem exklusive Events im Rahmen der Ausstellung von Brigitte Kowanz an.



Die im Besitz der UNIQA stehende Bilderhandschrift zum Leben des heiligen Wenzel wanderte in einer Ausstellung von Wien nach Prag und wurde dort von 24. März bis 2. Mai 2010 im Prager Nationalmuseum präsentiert. Tschechiens Präsident Václav Klaus hielt die feierliche Eröffnungsrede.



Wieder Nachwuchs im Tiergarten Schönbrunn: UNIQA übernimmt die Versicherung des im August 2010 zur Welt gekommenen Pandababys Fu Hu. Im Jahr zuvor hatte UNIQA die Heimreise des 2007 ebenfalls im Tiergarten Schönbrunn geborenen Pandabären Fu Long nach China versichert und gesponsert.

Weitere Sponsoring-Beiträge gingen im Berichtszeitraum an Ausstellungen in österreichischen Museen, darunter die Albertina, das Belvedere, das Kunsthistorische Museum, das Technische Museum Wien, das Architekturzentrum Wien und das Joanneum Graz. Bis Jänner 2010 konnte die von UNIQA erworbene Bilderhandschrift zu Leben und Legende des heiligen Wenzel als Leihgabe im Rahmen der Ausstellung „Wenzel von Böhmen – Heiliger und Herrscher“ in der Österreichischen Nationalbibliothek besichtigt werden. Nicht zuletzt wegen dieses historischen Dokuments für das nationale Kunstverständnis Tschechiens von großer Bedeutung, wurde die Ausstellung in Folge ab März 2010 im Prager Nationalmuseum gezeigt und dort von Staatspräsident Václav Klaus feierlich eröffnet. Darüber hinaus sponsert die UNIQA Gruppe in ihren Auslandsmärkten diverse heimische Künstler und Kunstinitiativen. So war UNIQA in Bulgarien 2010 Hauptsponsor der Ausstellung des renommierten zeitgenössischen chinesischen Künstlers Zeng Fanzhi in der National Gallery of Foreign Art in Sofia.

Im Bereich **Sport** hat UNIQA ihre bereits langjährige Partnerschaft mit den beiden Ski-Assen Benjamin Raich und Marlies Schild erfolgreich fortgesetzt. Das Power-Paar des österreichischen Sports stellt für UNIQA die ideale Verkörperung der „neuen Generation“ dar. Damit sind die beiden ideale Werbeträger nicht nur auf den Weltcup-Pisten. Weitergeführt wurde 2010 auch die Sicherheitskampagne „Echte Profis tragen Helm und Rückenschutz“ mit Raich und Schild als Testimonials. Ausgezeichnete Erfolge gab es für UNIQA Sportler bei den Olympischen Spielen 2010 in Vancouver mit den Silbermedaillen von Marlies Schild und Snowboarder Benjamin Karl. Auch die Kooperation der Raiffeisen Versicherung mit Matthias Lanzinger wurde 2010 fortgeführt. Lanzinger ist weiterhin Testimonial im Bereich der klassischen Werbung und tritt als Botschafter zum Thema Sicherheit bei Events auf.

Auch in den ost- und südosteuropäischen Märkten setzt UNIQA auf die Kooperation mit bekannten Sportlern („Faces for UNIQA“) und fördert damit die Bekanntheit der Erfolgsmarke UNIQA in dieser wichtigen Zielregion. Neben der slowakischen Slalomspezialistin Veronika Zuzulová, dem Trainer der polnischen Handball-Nationalmannschaft Bogdan Wenta, der serbischen Basketball-Legende Aleksandar Đorđević, dem montenegrinischen Wasserballer Nikola Janovic oder der bulgarischen Weltklasse-Leichtathletin Ivet Lalova sponsert UNIQA osiguranje seit 2010 auch die kroatische Handballnationalmannschaft. Ebenfalls sportlich zeigte sich UNIQA Biztosító 2010 mit der Unterstützung des größten Amateursegelwettkampfs am Balaton, der im vergangenen Jahr bereits zum vierten Mal stattfand.

Als Sponsor trat UNIQA auch für die nationalen Special Olympic Games im Sommer 2010 in St. Pölten auf. Rund 2.000 SportlerInnen nahmen an diesem besonderen Ereignis mit internationaler Beteiligung teil, das im Rahmen der weltweit tätigen Initiative Special Olympics stattfand. Special Olympics wurde 1968 von Eunice Kennedy Shriver gegründet und bietet mehr als 2,5 Mio. Kindern ab acht Jahren, Jugendlichen und Erwachsenen mit mentaler Behinderung in 180 Nationen weltweit ganzjährige Trainings- und Wettkampfmöglichkeiten in 26 verschiedenen olympischen Disziplinen an.

In Sachen **Sozialsponsoring** spendete UNIQA 2010 erneut gemeinsam mit der Raiffeisen Zentralbank einen größeren Betrag für das Mobile Caritas Hospiz und leistete damit wieder einen wichtigen Beitrag zur Pflege und Betreuung schwer und unheilbar Kranker in ihrer vertrauten Umgebung. Unterstützt wurde 2010 auch wieder die „Pink Ribbon“-Kampagne, die im Zeichen des Kampfes gegen Brustkrebs auf Vorsorgemöglichkeiten und Gefahren dieser Erkrankung hinweist. Am 1. Oktober, dem Weltbrustkrebstag, war der UNIQA Tower wie andere Gebäude und Sehenswürdigkeiten rund um die Welt wieder in



Raiffeisen-Generalanwalt Dr. Christian Konrad und Dr. Franz Fischler, Vorsitzender der Raiffeisen Klimaschutz-Initiative, gratulieren UNIQA Mitarbeiter Mag. Andreas Rauter (Mitte) zum ersten Platz im Ideenwettbewerb der „Raiffeisen Klimaschutz-Challenge“.



Die Künstlerin Brigitte Kowanx brachte im Rahmen einer MUMOK-Personale mit dem bewegten Schriftzug „Now I see“ und seiner Übersetzung in Morsecode auch den UNIQA Tower zum Erleuchten.

rosa Licht getaucht. Für einen guten Zweck in doppelter Hinsicht machte der UNIQA VitalTruck 2010 auch auf dem Wiener Stephansplatz halt. Die MitarbeiterInnen der Erzdiözese Wien konnten dabei pro Fitnesspunkt, den sie auf dem Ergometer erreichten, zehn Cent als Spende für den Stephansdom lukrieren. In Summe „erradelten“ 200 Angestellte rund 10.000 €, die von UNIQA am Ende der Aktion gespendet wurden.

Erstmals fand im Jahr 2010 die Verleihung des „Österreichischen Integrationspreises“ auf Initiative des Vereins „Wirtschaft für Integration“ und des ORF statt. UNIQA übernahm dabei gemeinsam mit der Industriellenvereinigung die Patenschaft für die Kategorie „bilden und befähigen“ und betonte damit aus der Sicht eines international agierenden Unternehmens einmal mehr die Bedeutung der Fähigkeit, sich in verschiedenen Kultur- und Sprachwelten bewegen zu können. Ein weiteres, vom Verein „Wirtschaft für Integration“ initiiertes Projekt, wird ebenfalls von UNIQA als Hauptsponsor ermöglicht: Mit dem mehrsprachigen Redewettbewerb „Sag’s multi“ werden Wiener SchülerInnen aus zugewanderten Familien gezielt in ihrer Sprachkompetenz gefördert. Auch in ihren internationalen Märkten fördert die UNIQA Gruppe diverse Initiativen. In Rumänien etwa startete 2010 eine Aufklärungskampagne für acht- bis zehnjährige Schulkinder, die über Gefahren im Eigenheim informierte und die Kinder für die Themen Prävention und Sicherheit sensibilisierte.

UNIQA Aktie

UNIQA auf dem Kapitalmarkt

In einem volatilen, jedoch insgesamt positiven Kapitalmarktumfeld hat sich die UNIQA Aktie im Jahr 2010 im Vergleich mit dem europäischen Gesamtmarkt 2010 sehr gut geschlagen. Gestartet wurde im Berichtszeitraum auch ein Aktienrückkaufprogramm.

■ Internationale Aktienmärkte volatil, aber mit Kurszuwächsen

Die internationalen Aktienmärkte starteten verhalten in das Jahr 2010, da hinter den Erwartungen gebliebene Konjunkturindikatoren aus den USA wie auch aus Europa zunächst für eine Konsolidierung sorgten. Erst Anfang März führten positive Unternehmensdaten, weltweite deutliche Nachfragezuwächse und weiterhin niedrige Zinsen zu einer kurzen, aber deutlichen Erholung auf den Aktienmärkten. Diese konnten im zweiten Quartal aber dennoch nicht weiter von der immer dynamischen wirtschaftlichen Erholung profitieren. Denn die Sorgen um die Stabilität des Euro und befürchtete Zahlungsschwierigkeiten insbesondere Griechenlands, aber auch anderer Länder an der europäischen Peripherie belasteten die Stimmung. Der von EU und IWF kurzfristig ins Leben gerufene Rettungsschirm für hoch verschuldete Euroländer im Umfang von 750 Mrd. € sowie Bemühungen zur Haushaltskonsolidierung in den meisten Euroländern wirkten aber allmählich beruhigend auf die Märkte und stoppten die zwischenzeitlich massive Talfahrt des Euro.

Nach den Währungs- und Kursturbulenzen in der ersten Jahreshälfte verlief das 3. Quartal auf den Aktienmärkten verhältnismäßig ruhig. Diese Entspannung beruhte zum Teil darauf, dass die Vorschläge des Baseler Ausschusses für Bankenaufsicht zur Eigenkapitalregulierung im Rahmen von Basel III weniger strikt ausfielen und längere Übergangsphasen vorsahen, als

zunächst angenommen. Ein zusätzliches positives Signal war das zufriedenstellende Abschnelden der meisten europäischen Großbanken bei den Stresstests des Ausschusses der Europäischen Bankenaufsichtsbehörden. Im 4. Quartal schließlich legten die Aktienmärkte vor dem Hintergrund anhaltend niedriger Zinsniveaus, guter volkswirtschaftlicher und teils sehr guter Unternehmensdaten nochmals überwiegend kräftig zu.

Insgesamt gab der für Europa repräsentative DJ EURO STOXX 50 2010 um rund 6% nach, während der DAX um mehr als 16% an Wert gewann. Die im DJ EURO STOXX Insurance zusammengefassten europäischen Versicherungswerte zeigten ebenfalls einen Rückgang um 6,7%. In Fernost gab der NIKKEI 225 um 3% nach. Deutliche Zuwächse verzeichneten in den USA sowohl der DOW JONES INDUSTRIAL AVERAGE mit rund 11% sowie der NASDAQ COMPOSITE mit rund 17%.

Kennzahlen UNIQA Aktie	2010 €	2009 €	2008 €	2007 €	2006 €
Börsenkurs UNIQA Aktie per 31.12.	14,70	12,97	18,06	20,95	25,09
Höchstkurs	15,34	18,86	21,46	28,10	29,86
Tiefstkurs	10,68	12,21	13,50	20,36	22,35
Durchschnittlicher Börsenumsatz/Tag (Mio. €)	0,5	0,5	1,0	3,4	4,7
Marktkapitalisierung per 31.12. (Mio. €)	2.102	1.855	2.378	2.509	3.005
Ergebnis je Aktie	0,33	0,19	0,44	2,07	1,27
Dividende je Aktie	0,40 ¹⁾	0,40	0,40	0,50	0,35

¹⁾ Vorschlag an die Hauptversammlung

Highlights

2010	Fünftes Aktienrückkaufprogramm
2008/09	Eigenkapitalstärkung durch zwei Kapitalerhöhungen
2004	UNIQA Unternehmensanleihe
2003	Erster Online-Geschäftsbericht
2001	Erstes Rating durch Standard & Poor's
2001	UNIQA im prime market der Wiener Börse

Informationen UNIQA Aktie	
Wertpapierkürzel	UQA
Reuters	UNIQ.VI
Bloomberg	UQA.AV
ISIN	AT0000821103
Marktsegment	prime market der Wiener Börse
Handelssegment	Amtlicher Handel
Indizes	ATXPrime, WBI, VÖNIX
Aktienanzahl	142.985.217
Rating – Standard & Poor's	A

■ Wiener Börse weiterhin im Plus

Erneut spürbar an Terrain gewann 2010 auch wieder die Wiener Börse, die damit ihre Aufholtendenz aus dem Jahr zuvor positiv fortsetzte. Der Leitindex ATX (Austrian Traded Index) zeigte zwar – im Einklang mit praktisch allen Märkten weltweit – hohe Volatilität und musste vor allem im 2. Quartal eine deutliche Korrektur hinnehmen. Sein Jahrestief erreichte der ATX, der das Jahr mit einem Wert von 2.537,00 eröffnet hatte, mit 2.216,24 Punkten am 8. Juni 2010. Dem folgte allerdings ein weitgehend ungebrochener Aufwärtstrend, der bis Ende des Jahres anhielt. Per Ultimo 2010 lag der ATX bei einem Wert von 2.904,47 Punkten und erreichte damit insgesamt ein Plus von 16,4%. Die Marktkapitalisierung der Wiener Börse hat sich im Einklang damit im Jahresvergleich um rund 14 Mrd. € auf 91 Mrd. € erhöht.

■ UNIQA Aktie übertrifft Gesamtmarkt

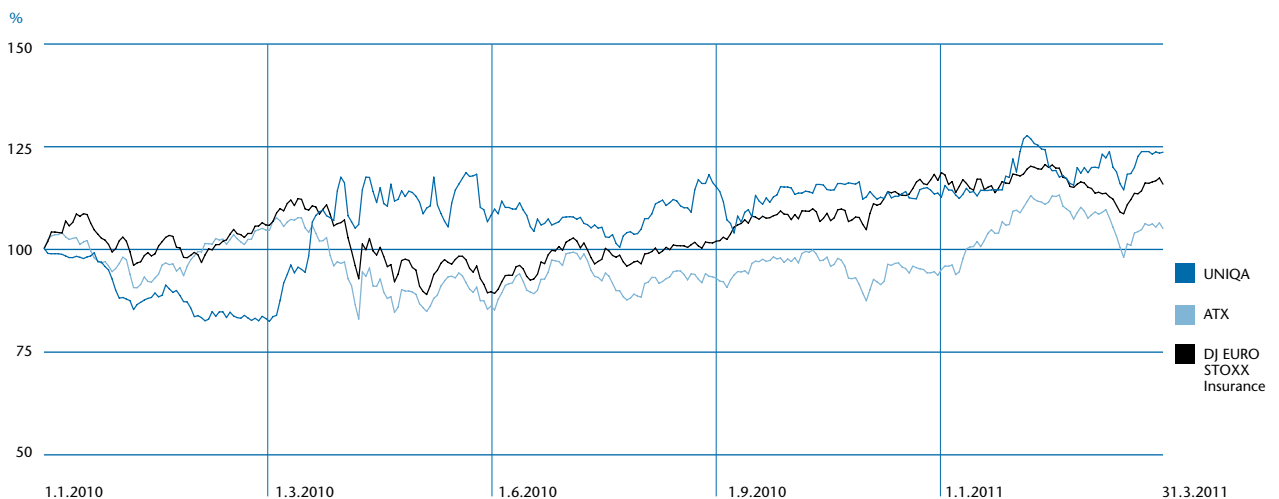
Die im Segment prime market der Wiener Börse gelistete UNIQA Aktie konnte die positive Entwicklung des österreichischen Gesamtmarktes 2010 insgesamt sogar noch übertreffen. Auch hier verlief die Entwicklung zum Teil volatil und war vor allem im 1. Quartal großteils von Rückgängen geprägt. So gab die Aktie von einem Eröffnungskurs von 12,81 € am 4. Jänner 2010 bis Ende März auf ihr Jahrestief von 10,68 € nach. Dem folgte eine steile Aufwärtsbewegung, die die Aktie letztlich auf ihr Jahreshoch von 15,34 € per 23. Juni führte. Das 2. Halbjahr war dann im Wesentlichen von einer Seitwärtsentwicklung mit teils ausgiebigen Schwankungen geprägt, bis die Aktie zu Jahresende mit 14,70 € um 14,8% über dem Niveau zu Jahresbeginn schloss.

■ Aktienrückkaufprogramm verlängert

Der Vorstand der UNIQA Versicherungen AG hat am 21. September 2010 beschlossen, von der in der Hauptversammlung 2010 erteilten Ermächtigung zum Aktienrückkauf über die Wiener Börse Gebrauch zu machen. Diese Ermächtigung erstreckt sich auf bis zu 14.298.521 auf Inhaber lautende Stückaktien, dies entspricht einem Anteil von höchstens 10% des Grundkapitals der Gesellschaft. Der Aufsichtsrat hat dem Beschluss des Vorstands am selben Tag zugestimmt. Das fünfte Rückkaufprogramm startete am 19. November 2010 und soll bis voraussichtlich 18. Mai 2013 laufen.

Zweck des Rückkaufs ist die Angebots- und Nachfrageverbesserung für die UNIQA Aktie an der Wiener Börse, wobei jedoch der Handel mit eigenen Aktien als Erwerbszweck ausgeschlossen ist. UNIQA behält sich vor, die erworbenen eigenen Aktien gegebenenfalls auch zur Durchführung eines Programms für Mitarbeiterbeteiligung zu verwenden. Der Gegenwert je zurückgekaufter Aktie darf in absoluter Höhe nicht weniger als 8,00 € und nicht mehr als 25,00 € betragen. Bis zum Jahresende 2010 hat UNIQA im Rahmen dieses Rückkaufprogramms jedoch noch keine eigenen Aktien zurückgekauft.

Entwicklung der UNIQA Aktie



Finanzkalender

□ 25. Mai 2011	Bericht zum 1. Quartal 2011
□ 30. Mai 2011	Ordentliche Hauptversammlung
□ 13. Juni 2011	Ex-Dividendentag, Dividendenzahltag
□ 24. August 2011	Halbjahresfinanzbericht 2011
□ 23. November 2011	Bericht zum 1.–3. Quartal 2011

■ Aktionärsstruktur unverändert

Die Aktionärsstruktur der UNIQA Gruppe blieb im Berichtsjahr so gut wie unverändert: Die Austria Versicherungsverein Beteiligungs-Verwaltung GmbH verfügt über 36,20%, die BL Syndikat Beteiligungs Gesellschaft m.b.H. hält 32,82%, die UQ Beteiligung GmbH hält 7,15%, die RZB Versicherungsbeteiligung GmbH 5,27%, die NÖ Landes-Beteiligungsholding GmbH 4,37% und die Collegialität Versicherung auf Gegenseitigkeit 3,31% des Aktienkapitals der Konzernobergesellschaft UNIQA Versicherungen AG. Infolge von Stimmrechtsbindungen sind die Anteile der Austria Versicherungsverein Beteiligungs-Verwaltung GmbH, der BL Syndikat Beteiligungs Gesellschaft m.b.H. und der Collegialität Versicherung auf Gegenseitigkeit zusammenzurechnen. Der Bestand an eigenen Aktien beträgt 0,57%, der Free Float lag bei 10,31%.

■ Aktive Investor Relations sichern breite Informationen für die Financial Community

UNIQA legt größten Wert darauf, ihre Aktionäre und die Financial Community insgesamt unter Nutzung aller modernen Kommunikationsmittel stets aktuell und umfassend über die laufende Entwicklung des Unternehmens zu informieren. Jahres-, Halbjahres- und Zwischenberichte sowie Ad-hoc-Meldungen werden jeweils deutsch und englisch in gedruckter Form, per E-Mail oder auch online über die Website www.uniqagroup.com veröffentlicht. Daneben steht das Investor-Relations-Team von UNIQA jederzeit für individuelle Anfragen zur Verfügung.

Aktionärsstruktur der UNIQA Versicherungen AG

%

36,20%	Austria Versicherungsverein Beteiligungs-Verwaltung GmbH
32,82%	BL Syndikat Beteiligungs Gesellschaft m.b.H.
10,31%	Free Float
7,15%	UQ Beteiligung GmbH
5,27%	RZB Versicherungsbeteiligung GmbH
4,37%	NÖ Landes-Beteiligungsholding GmbH
3,31%	Collegialität Versicherung auf Gegenseitigkeit
0,57%	Eigene Aktien

