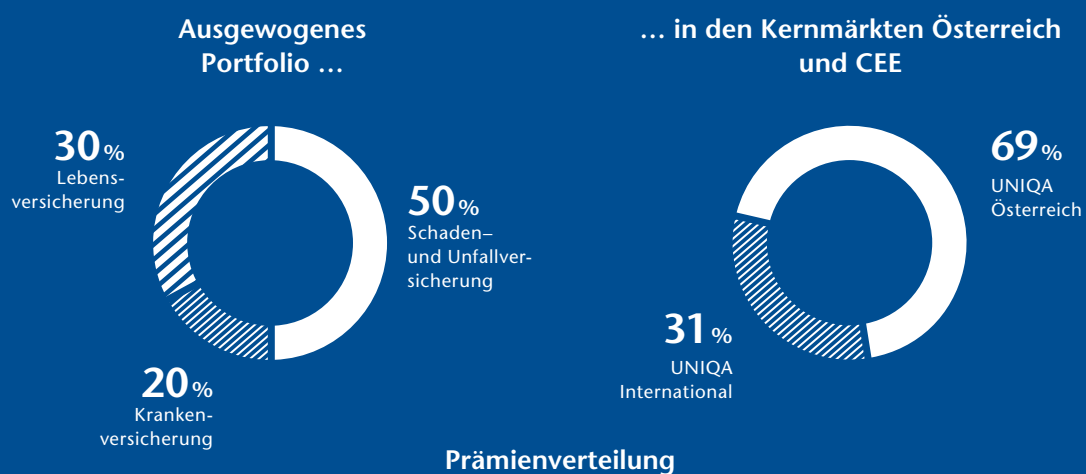


Denk sicher, besser, länger leben.

Die UNIQA Group ist eine der führenden Versicherungsgruppen in ihren beiden Kernmärkten Österreich und Zentral- und Osteuropa (CEE). Rund 20.000 Mitarbeiter und exklusive Vertriebspartner betreuen in 16 Ländern 9,5 Millionen Kunden. In Österreich ist UNIQA mit einem Marktanteil von 22 Prozent der zweitgrößte Versicherungskonzern. In der Wachstumsregion CEE ist UNIQA in 15 Märkten zu Hause: Albanien, Bosnien und Herzegowina, Bulgarien, dem Kosovo, Kroatien, Mazedonien, Montenegro, Polen, Rumänien, Russland, Serbien, der Slowakei, Tschechien, der Ukraine und Ungarn.



Denk



UNIQA Group auf einen Blick

Konzernkennzahlen			
Angaben in Millionen Euro			
	2017	2016	Veränderung
Verrechnete Prämien	4.811,7	4.643,1	3,6 %
Sparanteile der fonds- und der indexgebundenen Lebensversicherung (vor Rückversicherung)	481,6	405,1	+ 18,9 %
Verrechnete Prämien inklusive der Sparanteile der fonds- und der indexgebundenen Lebensversicherung	5.293,3	5.048,2	4,9 %
davon Schaden- und Unfallversicherung	2.639,7	2.518,4	+ 4,8 %
davon Krankenversicherung	1.042,0	1.003,7	+ 3,8 %
davon Lebensversicherung	1.611,6	1.526,1	+ 5,6 %
davon laufende Prämieinnahmen	1.357,7	1.356,9	+ 0,1 %
davon Einmalerläge	254,0	169,2	+ 50,1 %
Verrechnete Prämien inklusive der Sparanteile der fonds- und der indexgebundenen Lebensversicherung	5.293,3	5.048,2	4,9 %
davon UNIQA Österreich	3.656,6	3.631,5	+ 0,7 %
davon UNIQA International	1.608,5	1.399,9	+ 14,9 %
davon Rückversicherung	1.091,6	1.130,8	- 3,5 %
davon Konsolidierung	- 1.063,4	- 1.113,9	- 4,5 %
Abgegrenzte Prämien im Eigenbehalt	4.627,9	4.443,0	4,2 %
davon Schaden- und Unfallversicherung	2.495,1	2.359,1	+ 5,8 %
davon Krankenversicherung	1.038,9	1.000,4	+ 3,9 %
davon Lebensversicherung	1.094,0	1.083,6	+ 1,0 %
Sparanteile der fonds- und der indexgebundenen Lebensversicherung (nach Rückversicherung)	476,2	384,7	+ 23,8 %
Abgegrenzte Prämien inklusive der Sparanteile der fonds- und der indexgebundenen Lebensversicherung	5.104,1	4.827,7	5,7 %
Versicherungsleistungen¹⁾	- 3.558,6	- 3.385,6	5,1 %
davon Schaden- und Unfallversicherung	- 1.644,8	- 1.550,6	+ 6,1 %
davon Krankenversicherung	- 877,6	- 843,6	+ 4,0 %
davon Lebensversicherung ²⁾	- 1.036,2	- 991,4	+ 4,5 %
Aufwendungen für den Versicherungsbetrieb im Eigenbehalt³⁾	- 1.276,0	- 1.286,4	- 0,8 %
davon Schaden- und Unfallversicherung	- 788,5	- 763,2	+ 3,3 %
davon Krankenversicherung	- 168,0	- 175,5	- 4,3 %
davon Lebensversicherung	- 319,5	- 347,7	- 8,1 %
Kostenquote (nach Rückversicherung)	25,0 %	26,6 %	-
Combined Ratio (nach Rückversicherung)	97,5 %	98,1 %	-
Kapitalanlageergebnis	560,9	588,9	- 4,7 %
Ergebnis vor Steuern	242,2	225,5	7,4 %
Periodenergebnis	162,8	149,6	8,8 %
Konzernergebnis	161,4	148,1	9,0 %
Operating Return on Equity	9,3 %	10,0 %	-
Kapitalanlagen	19.877,7	20.024,8	- 0,7 %
Eigenkapital	3.177,6	3.186,3	- 0,3 %
Eigenkapital inklusive Anteilen ohne beherrschenden Einfluss	3.193,4	3.212,8	- 0,6 %
Versicherungstechnische Rückstellungen im Eigenbehalt ⁴⁾	21.757,6	21.812,7	- 0,3 %
Bilanzsumme	28.743,9	33.639,2	- 14,6 %
Anzahl der Versicherungsverträge	19.372.143	18.785.051	+ 3,1 %
Durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter (FTE)	12.839	12.855	- 0,1 %

¹⁾ Inklusive Aufwendungen für Gewinnbeteiligung und Prämienrückgewähr

²⁾ Inklusive Aufwendungen für die (latente) Gewinnbeteiligung

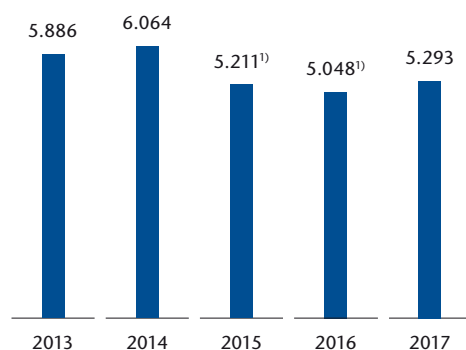
³⁾ Abzüglich Rückversicherungsprovisionen und Gewinnanteilen aus Rückversicherungsabgaben

⁴⁾ Inklusive versicherungstechnischer Rückstellungen der fonds- und der indexgebundenen Lebensversicherung

Aufgrund des Verkaufs der italienischen Konzerngesellschaften werden die Kennzahlen für das Geschäftsjahr 2016 (mit Ausnahme der Bilanzsumme) exklusive Italien dargestellt.

Verrechnete Prämien

Angaben in Millionen Euro

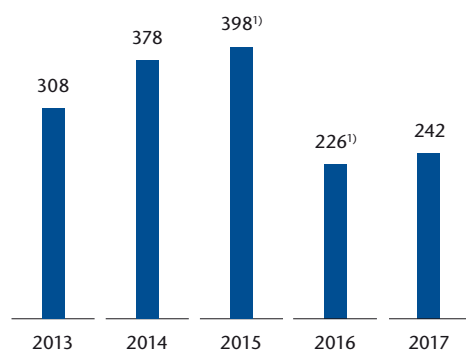


¹⁾ Exklusive Italien

(Inklusive Sparanteile der fonds- und der indexgebundenen Lebensversicherung)

Ergebnis vor Steuern

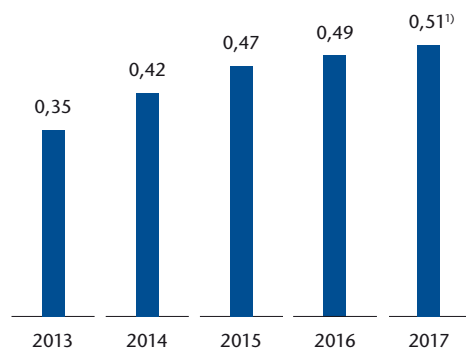
Angaben in Millionen Euro



¹⁾ Exklusive Italien

Dividende je Aktie

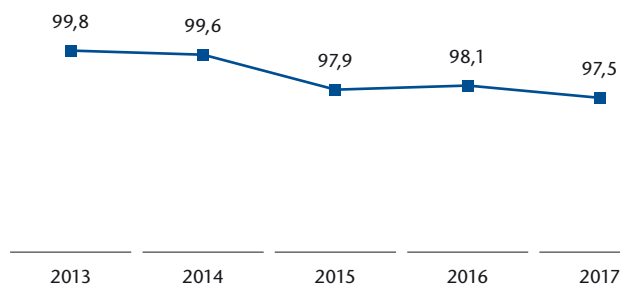
Angaben in Euro



¹⁾ Vorschlag an die Hauptversammlung

Combined Ratio

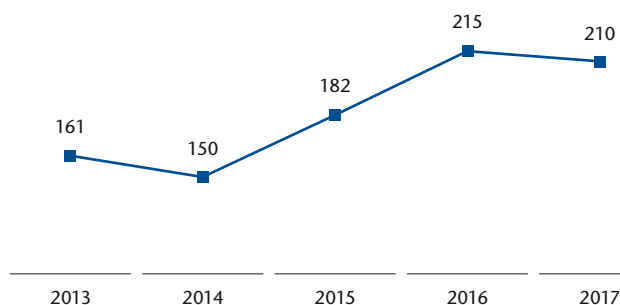
Angaben in Prozent



(Nach Rückversicherung)

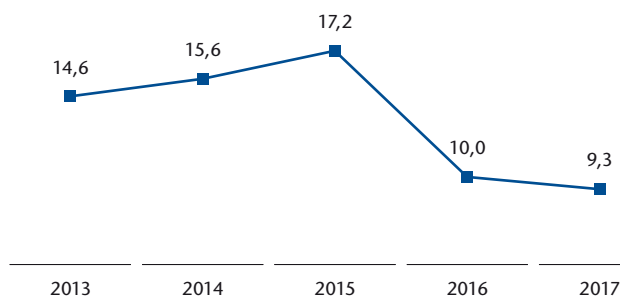
Ökonomische Kapitalquote (ECR)

Angaben in Prozent



Operating Return on Equity

Angaben in Prozent



Highlights 2017

UNIQA stellt Weichen für die Zukunft

Seit 1. Jänner 2018 trägt UNIQA den Zukunftsthemen „Digitalisierung“ und „veränderte Kundenerwartungen und Markterfordernisse“ mit eigenen Vorstandsressorts Rechnung. Alexander Bockelmann übernimmt das Ressort „Digitalisierung“ bei UNIQA Österreich sowie UNIQA International und damit die gruppenweite Verantwortung für dieses Thema. Sabine Usaty-Seewald übernimmt das Ressort „Kunde und Markt“ bei UNIQA Österreich. Peter Humer übernimmt im Vorstand von UNIQA Österreich die Vertriebsagenden.

UNIQA setzt bei Solvency II auf partielles internes Modell

Die UNIQA Group setzt 2017 bei der Bestimmung der quantitativen Kapitalanforderung in der Schaden- und Unfallversicherung auf ein partielles internes Modell (PIM). Dieses von der Finanzmarktaufsicht (FMA) genehmigte Modell erlaubt UNIQA eine genauere Abbildung der versicherungstechnischen Risiken entsprechend der individuellen Struktur des Unternehmens.

UNIQA erweitert Start-up-Portfolio

Im Oktober 2017 investiert die UNIQA Group in das tschechische Fin-Tech-Unternehmen Twisto, das innovative kurzfristige Finanzierungsmöglichkeiten für den alltäglichen Gebrauch anbietet. Dies ist 2017 bereits das vierte Start-up nach fragnebenan.at, einer Nachbarschaftsplattform, der KMU-Finanzierungsplattform FinCompare und FINABRO, einem digitalen Berater für privates Sparen und langfristige Veranlagungen. Und 2018 geht es mit unverminderter Dynamik weiter: Im Februar beteiligt sich die

UNIQA Group an dem auf Affinity-Produkte spezialisierte Start-up bsurance, das über Handels- und andere Unternehmen mit großer Kundenbasis Versicherungsprodukte für Endkunden anbietet.

S&P BESTÄTIGT EXZELLENTES RATING VON UNIQA

In einem im Juni 2017 veröffentlichten Update zu UNIQA bestätigt Standard & Poor's das aktuelle Rating von „A–“ mit stabilem Ausblick. Vor allem die starke Kapital- und Ertragslage sowie das ausgewogene Produktportfolio aus Lebens-, Sach- und Krankenversicherung wirken sich für das Rating positiv aus.

UNIQA investiert in Infrastruktur

2017 nimmt UNIQA zwei weitere Investments im Bereich Infrastruktur vor. In Ungarn wird die Erweiterung der Flughafenterminals in Budapest mitfinanziert, in Deutschland beteiligt sich UNIQA am Aufbau eines Offshore-Windparks in der Nordsee. Damit hat UNIQA per Jahresende insgesamt rund 130 Millionen Euro in Infrastrukturanleihen und -darlehen investiert.

200

UNIQA Mitarbeiter unterstützen die Special Olympics World Winter Games 2017

Zu den Aufgaben, die alle Volontäre ehrenamtlich in der Steiermark übernehmen, zählen die Verpflegung der Teilnehmer während der Spiele, Unterstützung des Sicherheitsdienstes sowie Auf- und Abbautätigkeiten bei den Bewerben.

UNIQA VERKAUFT ANTEILE AN CASINOS AUSTRIA

Im Jänner 2017 beschließt UNIQA den Verkauf der indirekten Beteiligung von 11,35 Prozent an der Casinos Austria Aktiengesellschaft an die CAME Holding GmbH. Rechtlich vollzogen und damit erfolgswirksam mit einem außerordentlichen Buchgewinn von 47,5 Millionen Euro wird der Verkauf im 1. Quartal 2018.

UNIQA schließt Verkauf der italienischen Tochtergesellschaften ab

Der Verkauf der UNIQA Assicurazioni SpA und ihrer in Italien tätigen Tochtergesellschaften wird am 16. Mai 2017 rechtlich vollzogen. UNIQA stärkt damit den Fokus auf die Kernmärkte Österreich und Zentral- und Osteuropa. Während die Transaktion das Nettoergebnis 2017 um 33,4 Millionen Euro belastet, stärken wir dadurch die Kapitalposition signifikant und verringern das Marktrisiko deutlich.

UNIQA eröffnet Innovation Lab bei weXelerate

Im November 2017 findet die Eröffnung des mit 9.000 Quadratmetern größten Innovationszentrums und Start-up-Hubs Zentral- und Osteuropas im Design Tower in Wien statt. UNIQA ist nicht nur Vermieter, sondern auch Corporate Partner von weXelerate und gibt ausgewählten Start-ups die Möglichkeit zur engen Zusammenarbeit. Dadurch können Start-ups von der etablierten Infrastruktur, Bekanntheit, Markterfahrung und nicht zuletzt auch finanziellen Stärke des Versicherungsunternehmens profitieren.

UNIQA Österreich lanciert innovative Gesundheitsservices

Mit Akut-Versorgt steht Kunden aus Wien, Niederösterreich und dem Burgenland seit März 2017 bei akuten Beschwerden medizinische Erstversorgung in der Privatklinik Döbling rund um die Uhr zur Verfügung.

UNIQA publiziert erstmals SFCR 2016

UNIQA veröffentlicht am 24. Mai 2017 den Bericht über die Solvabilität und Finanzlage (SFCR) 2016. Die ökonomische Kapitalquote der UNIQA Group, die als Gradmesser für die Kapitalisierung gilt, liegt mit 31. Dezember 2016 bei 215 Prozent und damit auf sehr gutem Niveau.

UNIQA erhöht Dividende

Auch 2018 setzt die UNIQA Group die progressive Dividendenpolitik der letzten Jahre wie geplant fort und schlägt der Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2017 eine Erhöhung der Dividende auf 51 Cent vor.

UNIQA ist Hauptsponsor des österreichischen Fußballcups

Für die nächsten fünf Jahre – sohin bis 2022 – wird die UNIQA Group Hauptsponsor und auch Namensgeber des UNIQA ÖFB Cup sein.

Sehr geehrte Damen und Herren,
sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

aus drei Gründen war 2017, das sechste volle Jahr unseres langfristigen Strategieprogramms „UNIQA 2.0“, ein gutes Jahr für Ihre UNIQA Insurance Group AG:

Erstens haben wir das Fundament unseres Hauses¹⁾, also unsere **Bilanz und Kapitalposition**, weiter gestärkt. Vor allem aufgrund des Verkaufs unserer italienischen Tochtergesellschaften und der damit verbundenen Freisetzung von Kapital hat sich unsere SCR-Quote auf – auch im internationalen Vergleich – starke 250 Prozent erhöht. Unsere nochmals strengere interne Maßeinheit, die ökonomische Kapitalquote ECR, liegt per Ende 2017 mit 210 Prozent ebenfalls deutlich über dem oberen Ende der von uns definierten Zielbandbreite von 190 Prozent. Damit verfügt UNIQA heute über ein Überschusskapital von etwa 700 Millionen Euro. Wir wollen es im Lauf der nächsten Jahre besonnen nutzen, um bei passender Gelegenheit gezielt in nachhaltig profitables Wachstum zu investieren.

Zweitens erzielen wir laufend Fortschritte bei unseren im März 2016 vorgestellten **fünf Konzerninitiativen**, die den ersten Stock unseres Hauses bilden. Unterstützt durch konjunkturellen Rückenwind, hat sich die Nachfrage nach Versicherungsprodukten in unseren beiden Kernregionen Österreich und CEE gut entwickelt. Dank der Attraktivität der Marke UNIQA profitieren wir davon überdurchschnittlich: Wir sind 2017 im Prämienvolumen um 4,9 Prozent organisch gewachsen – und damit nicht nur stärker als erwartet, sondern auch stärker als der Großteil der Versicherungsbranche in Europa.

- Die langfristige Profitabilität des Geschäftsfelds **Lebensversicherung** haben wir im Niedrigzinsumfeld deutlich verbessert, indem wir kapitalintensives

Geschäft verkauft (Italien) oder eingestellt haben (Österreich). Wir forcieren nun das Angebot von Produkten, die auf die Absicherung von biometrischen Risiken fokussieren.

- Das Geschäftsfeld **Schaden- und Unfallversicherung** haben wir trotz einer überdurchschnittlich hohen Netto-Schadenbelastung strategiegemäß gut weiterentwickelt. 2017 wurde die gesamte Erst- und Rückversicherungswirtschaft von Naturkatastrophen getroffen, bei UNIQA lagen die Schäden um rund 50 Millionen Euro über dem Durchschnitt der Vorjahre. Dennoch konnten wir die Combined Ratio auf 97,5 Prozent weiter verbessern – ein ermutigender Zwischenschritt auf unserem Weg zu den angepeilten 95 Prozent im Jahr 2020.
- Das Geschäftsfeld **Krankenversicherung** hat sich auf hohem Profitabilitätsniveau gut behauptet. Wir verdienen in der Krankenversicherung eine attraktive Vorsteueremarge von rund 350 Basispunkten auf die versicherungstechnischen Reserven.
- Die Implementierung von **UIP** (UNIQA Insurance Platform), unserem komponentenbasierten neuen IT-Kernsystem, bindet die erwarteten hohen Kapital- und Humanressourcen. Das Projekt benötigt also viel Aufmerksamkeit und Zeit, kommt aber plangemäß voran: Ab Sommer 2018 soll die Produktion unserer neuen Lebensversicherungsprodukte im Bankvertrieb in Österreich bereits auf der neuen Plattform laufen.

„Wir sind 2017 im Prämienvolumen um 4,9 Prozent gewachsen – und damit nicht nur stärker als erwartet, sondern auch stärker als der Großteil der Versicherungsbranche in Europa.“

Umfangreiche IT-Ressourcen fordert daneben auch die **Regulierung** unseres Geschäfts: Wir setzen neue, EU-weit geltende Vorschriften, wie die neue Versicherungsvertriebsrichtlinie IDD oder die EU-Datenschutz-Grundverordnung, heute ebenso sorgfältig um, wie wir uns schon auf das ab 2021 geltende neue Bilanzierungsregulativ IFRS 9/17 vorbereiten. Allein dieses

¹⁾ Das „UNIQA Haus“ steht sinnbildlich für die dritte Phase (2016–2020) des 2011 gestarteten Strategieprogramms „UNIQA 2.0“. Eine Abbildung davon finden Sie auf Seite 31 dieses Berichts.

Projekt wird uns wahrscheinlich mit mehr als 30 Millionen Euro – und damit noch deutlich mehr als die Einführung von Solvency II – belasten.

- Die erwarteten Fortschritte macht schließlich auch die tief greifende Erneuerung aller Geschäftsprozesse in unserem größten Absatzmarkt Österreich unter dem Arbeitstitel **TOM** (Target Operating Model).

Drittens gelingt es uns im zweiten Stock unseres Hauses, wo wir rund um **Digitalisierung und Innovation** die Zukunft unseres Unternehmens bauen, zunehmend besser, unsere – durch den großen Appetit von UIP ohnehin limitierten – Ressourcen effektiver einzusetzen. Kurzfristig wollen wir das Kundenerlebnis an ausgesuchten relevanten Markten deutlich verbessern – nicht nur in der digitalen Customer Experience, sondern auch in der bestehenden, analogen Welt. Langfristig beschäftigen wir uns intensiv mit der Zukunft der vier Ökosysteme Gesundheit, Mobilität, Smart Home sowie Finanz-/Risikomanagement, wo wir über eine eigene Corporate-Venture-Einheit auch in ausgewählte Start-ups investieren. Der besonderen Bedeutung dieses Geschäftsfelds und der damit verbundenen neuen Arbeitsweisen haben wir 2017 auch durch drei personelle Änderungen Rechnung getragen: Alexander Bockelmann verantwortet gruppenweit als Mitglied des Group Executive Board das Thema Digitalisierung und Innovation, Sabine Usaty-Seewald (Kunde und Markt) und Peter Humer (Vertrieb) verstärken den Vorstand von UNIQA Österreich.

Stichwort personelle Veränderungen: Nach der Angelobung von Hartwig Löger, bis Dezember CEO von UNIQA Österreich, als österreichischer Bundesminister für Finanzen hat Kurt Svoboda, CFO/CRO der UNIQA Insurance Group AG, diese Funktion temporär zusätzlich übernommen. Mittelfristig wird er diese Doppelrolle aber nicht beibehalten.

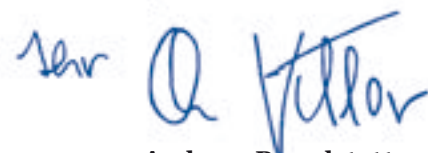
Meine sehr verehrten Damen und Herren, ich möchte abschließend einerseits unsere Absicht bekräftigen, auch weiterhin jedes Jahr eine höhere Dividende pro Aktie

auszuschütten – nicht aus der Substanz des Unternehmens, sondern auf der Basis kontinuierlich wachsender Erträge, unserer äußerst starken Kapitalposition und nachhaltiger Cashflows.

Andererseits danke ich Ihnen im Namen aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für Ihr Interesse an unserem Unternehmen. Die revolutionären Veränderungen in der Versicherungswirtschaft – Niedrigzinsumfeld, technologische Entwicklungen, Umbruch des Geschäftsmodells, disruptive Wettbewerber und immer rascherer Wandel der Kundenbedürfnisse – machen unsere Branche zu einer der derzeit weltweit spannendsten. Meinen Vorstandskollegen und mir macht es deshalb

mehr Freude denn je, für Sie zu arbeiten und hoffentlich einen kleinen Beitrag dafür zu leisten, dass unsere Kunden und auch Sie sicher, besser und länger leben.

„Die revolutionären Veränderungen in der Versicherungswirtschaft machen unsere Branche zu einer der derzeit weltweit spannendsten.“

Mit freundlichen Grüßen


Andreas Brandstetter
 CEO UNIQA Insurance Group AG

„Der
Mensch
ist die
Summe
seiner
Daten.“

Im Gespräch mit Markus Müller, Rektor
der Medizinischen Universität Wien

Herr Professor Müller, uns als größten Gesundheitsversicherer Österreichs interessiert:

Was sind die großen Trends, die die Medizin in den kommenden Jahren prägen werden?

Heute sind wir so weit, dass wir das Genom eines Menschen – es beschreibt, was diesen einen Menschen individuell ausmacht – zu ökonomisch vernünftigen Bedingungen darstellen können. Ursprünglich kostete das 3 Milliarden US-Dollar, heute ca. 500 Euro. Dahinter steckt die unglaubliche Entwicklung der Digitalisierung. Und mittlerweile nähern wir uns bereits der nächsten Phase – das neue Betrachtungsmodell, das sich in der Medizin herauskristallisiert, lautet: Der Mensch ist die Summe seiner Daten. Sie können einen Menschen also nicht mehr nur auf genetischer Ebene, sondern auch auf vielen weiteren Ebenen wie jener seiner Proteine oder seines Metabolismus detailliert charakterisieren und digital als „Avatar“ einer Person speichern. Damit ist man auch in der Lage zu prognostizieren, wie sich der Gesundheitszustand eines Menschen in Zukunft entwickeln wird.

Also bedeuten diese Entwicklungen für den Menschen ein längeres Leben?

Ja, denn es bedeutet, dass jede Erkrankung als einzigartige Situation gesehen wird. Sie haben nicht einfach Krebs, sondern einen spezifisch individuellen Tumor, der auch individuell behandelt wird. Dieses Konzept könnte man nicht nur in der Onkologie verwenden, sondern für jede Krankheit.

Werden dann Medikamente nicht extrem teuer, wenn sie für jeden Kranken speziell hergestellt werden müssen?

Das muss nicht sein. In Österreich stehen uns derzeit etwa 10.000 Arzneimittel zur Verfügung. Was wir dabei aber oft nicht genau wissen, ist, auf welches davon eine Erkrankung ansprechen wird. Wir haben also eigentlich keine gute Entscheidungsbasis, Medikamente werden eher auf empirischer Basis verabreicht. Mithilfe der neuen Technologien ist es möglich, sozusagen die Stecknadel im Heuhaufen zu suchen, um den entscheidenden, krankheitsverursachenden Schalter zu finden. Man kann dann genau analysieren, welches der Arzneimittel, die verfügbar sind, in einem konkreten Fall am besten wirkt.

MARKUS MÜLLER

Seit 2015 ist Markus Müller Rektor der Medizinischen Universität Wien. Davor war er Leiter der Universitätsklinik für Klinische Pharmakologie am AKH Wien. Seine Ausbildung zum Facharzt für Innere Medizin und Klinische Pharmakologie absolvierte er in Österreich, den USA und Schweden.

„Heute sind wir so weit, dass wir das Genom eines Menschen zu ökonomisch vernünftigen Bedingungen darstellen können. Ursprünglich kostete das mehrere Milliarden Dollar, heute ca. 500 Euro.“

Was bedeutet diese Entwicklung für einen kranken Menschen?

In etwa zehn Jahren wird man voraussichtlich das Genom jedes Menschen bereits bei der Geburt analysieren. Damit ist das Modell der sogenannten Präzisionsmedizin umsetzbar. Das bedeutet, dass man nicht mehr Arzneimittel von der Stange bekommen wird, sondern maßgeschneiderte Medikamente.

Dann würde die Gesellschaft insgesamt gesünder werden?

Ja, das ist die Hoffnung. Wir betreiben heute größtenteils kurative Medizin – wir warten also, bis eine Krankheit auftritt, und behandeln sie dann. Das ist eigentlich nicht ideal. Die Idee hinter den erwähnten

neuen Technologien ist es auch, gezielt Prävention zu betreiben. Also: weg von den Spitälern hin zu einer patientennahen Versorgung. Idealerweise entdeckt man eine Disposition für eine bestimmte Erkrankung schon sehr früh und kann schon im Frühstadium helfen. Der Trend geht also von der kurativen zur präventiven Medizin.

„Das Ziel ist nicht, die Lebensjahre zu maximieren, sondern möglichst viele gesunde Lebensjahre zu haben. Denn das ist ja heute unser großes Problem, besonders in Österreich. Wir werden zwar alt, aber wir werden ungesund alt.“

Wie würde sich angesichts dieser neuen Entwicklungen in der Medizin die Lebenszeit eines Menschen entwickeln?

Hier gibt es Futuristen, die sagen, ein Mensch kann 130 Jahre alt werden. Und dann gibt es Realisten, die sagen, das Ziel ist nicht, die Lebensjahre zu maximieren, sondern möglichst viele gesunde Lebensjahre zu haben. Denn das ist ja heute unser großes Problem, besonders in Österreich. Wir werden zwar alt, aber wir werden ungesund alt. Ab einem Alter von 60 Jahren haben die meisten von uns doch relevante Leiden und verbringen dann oft noch 20 Jahre in einer Leidenssituation. Ich denke, die Herausforderung liegt darin, diese Leidenszeit von unten her zu verkürzen. Und den größten Zugewinn an gesunden Lebensjahren erreicht man durch einen gesunden Lebensstil: Ernährung, Wohnen, Hygiene, Sport. Dass wir heute nicht 40, sondern 80 werden, ist eine zivilisatorische Errungenschaft.

Warum schneidet Österreich so schlecht ab?

Weil viele Österreicher regelmäßig rauchen und Alkohol trinken.

Das bedeutet also, dass sich die Österreicher anders ernähren und vegetarisch essen müssten, damit sie länger und vor allem gesünder leben könnten?

Nun, vegetarisch braucht man sich nicht unbedingt zu ernähren, aber gesünder. Dadurch könnten wir einen Fortschritt erreichen und auch Kosten im Gesundheitssystem senken.

Kann ich mir das Genom wie den persönlichen Code vorstellen?

Ja, durchaus. Sie bestehen aus etwa 25.000 Genen, und das Genom ist wie ein Buch, in dem alles steht, was Ihre Eltern Ihnen mitgegeben haben. Darüber hinaus

gibt es auch andere Einflussfaktoren, etwa die Umwelt, oder Risiken, denen Sie Ihren Körper aussetzen.

„Das Genom ist wie ein Buch, in dem alles steht, was Ihre Eltern Ihnen mitgegeben haben.“

Was bedeutet das aber jetzt für die Versicherung? Werden Versicherungen künftig nur noch jene Menschen krankenversichern, die ein gesundheits-technisch gutes Genom vorweisen können?

Darüber gibt es jedenfalls große Diskussionen. Aber dieses „Cherry Picking“ wäre gegen den Versicherungsgedanken, nach dem das Schicksal ja gerade ausgeglichen wird.

Welche Auswirkungen werden diese Trends auf Spitäler haben?

Österreich zählt nach wie vor zu den Spitzenreitern, wenn es um die Anzahl der Spitalsaufnahmen und die Verweildauer im Vergleich zu anderen Ländern geht. Das ist aber nicht vernünftig, auch weil ein Spital keine sichere Umgebung ist, es gibt dort zum Beispiel gefährliche Keime.

In den USA wurde das erste „Hospital without Patients“ gegründet. Das ist ein telemedizinisches Konzept, bei dem man mit Sensoren und Wearables über Skype versucht, Patienten gar nicht erst ins Spital kommen zu lassen, sondern zu Hause

„Österreich zählt nach wie vor zu den Spitzenreitern, wenn es um die Anzahl der Spitalsaufnahmen und die Verweildauer im Vergleich zu anderen Ländern geht.“

„Heute machen bereits rund 80 Prozent der Patienten ihre Chemotherapie ambulant. Dieser Schritt von stationärer zu ambulanter Betreuung wird immer häufiger werden.“

so weit zu unterstützen, dass sie sich selbst versorgen können. Bei manchen Krankheiten funktioniert das schon sehr gut, etwa bei Diabetes. Diese Form des Selbstmanagements wird zum Trend werden. Und das wird dazu führen, dass es große Spitäler, wie wir sie heute kennen, möglicherweise nicht mehr geben wird.

Sehr stark sehen wir das auch in der Onkologie: Heute machen bereits rund 80 Prozent der Patienten ihre Chemotherapie ambulant. Dieser Schritt von stationärer zu ambulanter Betreuung wird immer häufiger werden.

Auch wird es nicht mehr für alle Spezialisierungen Ärzte geben müssen. Ein Beispiel ist möglicherweise die Radiologie, also die Bilderkennung. Wir kennen das vom Handy, auf dem die Bilderkennung alle Bilder Ihrer Mutter automatisch herausucht. In Zukunft wird man ein Röntgenbild einsenden, und eine Maschine wird einen Befund erstellen. Patienten sind also nicht mehr vom subjektiven Eindruck eines Radiologen abhängig. Auch in der Pathologie ist das Prinzip ähnlich. Es geht um Mustererkennung, und das werden künftig Maschinen erledigen. Reines Wissen an sich hat heute keinen ökonomischen Wert mehr, weil es maschinell so gut verarbeitbar ist, dass man auch als sehr informierter Mensch keinen kompetitiven Vorteil mehr hat.

Wird es irgendwann so weit sein, dass Menschen Sensoren eingebaut haben und künftig einfach Bescheid bekommen, wenn sie zum Arzt gehen sollen?

Das denke ich schon, in 20 bis 30 Jahren vielleicht. Gearbeitet wird auch schon daran. Viele Dinge, die heute passieren,

„In Zukunft wird man ein Röntgenbild einsenden, und eine Maschine wird einen Befund erstellen. Patienten sind also nicht mehr vom subjektiven Eindruck eines Radiologen abhängig.“

„Im Jahr 2045 soll es zu einem Interface zwischen Mensch und Maschine kommen. Das heißt, Sie können Informationen, die im Gehirn entstehen, direkt mit einem Computer verarbeiten.“

waren vor 30 Jahren undenkbar. Man dachte, dass es nicht möglich wäre, ein Genom in weniger als 100 Jahren zu identifizieren. Damals wurde einfach die rasante Entwicklung der Technologie unterschätzt. Im Jahr 2045 soll es zu einem Interface zwischen Mensch und Maschine kommen. Das heißt, Sie können dann Informationen, die im Gehirn entstehen, direkt mit einem Computer verarbeiten. Man könnte also Ihre im Gehirn gespeicherten Informationen auf einer Festplatte speichern, auf der dann Informationen über Ihre Gefühle, Ihre Erinnerungen erfasst wären. Die Angst, dass Ärzte verschwinden, habe ich dennoch nicht, im Gegenteil. Es gibt viele Dinge, die Maschinen noch lange nicht so gut können wie wir: Gefühle zeigen, interagieren und kooperieren, kreativ sein. Der Arzt wird in der Hightech-Umgebung der Zukunft seinen Patienten als empathischer Begleiter beistehen. Und das ist meiner Meinung nach auch erstrebenswert, weil es hilft, die Medizin weniger technisch und kalt zu machen. Der Arzt wird zum Lebensbegleiter.

Wer sind wir?

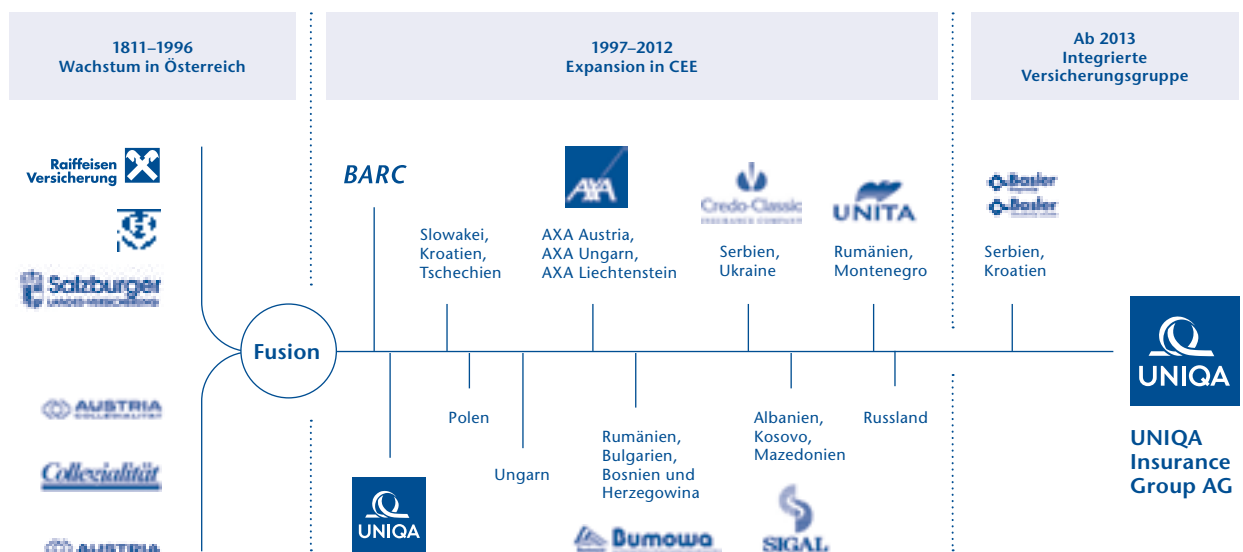
Vier Worte genügen, um die Mission von UNIQA auf den Punkt zu bringen: Unsere Kunden sollen sicher, besser und länger leben.

Denk
sicher, besser,
länger leben.

Im Rahmen unserer Möglichkeiten als Dienstleister wollen wir dazu beitragen, dass unsere Kunden durch unsere Produkte und Services mehr Sicherheit und Freiheit in ihrem Leben empfinden.

Mit unseren Leistungen wollen wir breiten Nutzen stiften und immer mehr Menschen dabei unterstützen, eigenverantwortlich ein sicheres, besseres, längeres Leben zu führen. Dafür packen wir mit viel Freude und Engagement – trotz aller Schwächen – stets an.

Seit 200 Jahren im Geschäft



Solide Basis in Österreich, attraktives Potenzial in CEE

Österreich und CEE sind unsere beiden Kernmärkte. Beide sind – jeweils auf ihre Weise – von entscheidender Bedeutung für Erfolg und Zukunftspotenzial der UNIQA Group.

Österreich: Starke Marke, starke Position

Seit mehr als 200 Jahren betreiben wir in unserem Heimatmarkt Österreich das Versicherungsgeschäft. Mit einem Marktanteil von 22 Prozent befinden wir uns heute an zweiter Stelle aller heimischen Versicherer, im Segment Krankenversicherung sind wir die Nummer 1. Wir betreuen in Österreich 3,6 Millionen Kunden – direkt oder gemeinsam mit unserem Bank- und Vertriebspartner Raiffeisen.

Unsere gute Marktposition basiert auf innovativen Produkten, einem hervorragend aufgestellten Vertrieb und den starken Marken UNIQA und Raiffeisen. Und auch für die Zukunft sind wir optimistisch: Solide makroökonomische Daten, politische Stabilität und ein sehr umsichtig agierender Regulator machen Österreich auch weiterhin zu einem attraktiven Markt. Hinzu kommt, dass der durchschnittliche Österreicher derzeit 1.895 Euro pro Jahr für Versicherungen ausgibt. Dies ist im westeuropäischen Vergleich – gerade angesichts des hohen Lebensstandards in Österreich – immer noch relativ wenig.

CEE: Wachstumspotenzial für viele Jahre

Noch deutlich höhere Bedeutung haben steigende Versicherungsausgaben in unseren Märkten in CEE. Hier sind bereits zwei Drittel unserer Kunden – also mehr als sechs Millionen Menschen – zu Hause. Die Region erlebt mit ihren ca. 160 Millionen Einwohnern – mit Russland sind es ca. 300 Millionen Einwohner – seit 2016 einen spürbaren wirtschaftlichen Aufschwung. Und mit der zunehmenden Besserung der gesamtwirtschaftlichen Lage steigt allmählich auch die Versicherungsdichte.

Denn neben der Kfz-Haftpflichtversicherung, als Pflichtversicherung traditionell das umsatzstärkste Produkt in CEE, werden nun vermehrt auch Versicherungen für Wohnung und Eigenheim sowie Produkte für den personenbezogenen Schutz wie Unfall- und Krankenversicherungen nachgefragt.

Mit einer durchschnittlichen Prämie pro Kopf und Jahr von 200 Euro trägt CEE derzeit zwar nur rund ein Drittel zu den Prämien der Gruppe bei. Doch die Region holt spürbar auf: In den weiter entwickelten Versicherungsmärkten wie Tschechien, Ungarn, Polen und der Slowakei liegt die durchschnittliche Prämie pro Kopf bereits bei rund 400 Euro, Tendenz weiter steigend. Wachstum ist also sozusagen vorprogrammiert. Um dieses Potenzial auszuschöpfen, setzen wir dabei auch in CEE auf einen starken eigenen Vertrieb und unsere bewährte Partnerschaft mit Raiffeisen. Dazu gibt uns eine umfassende Vertriebskooperation mit der Raiffeisen Bank International (RBI) unmittelbaren Zugang zu den rund 14 Millionen Raiffeisen Kunden in 13 Ländern in CEE.

Hohes Potenzial in CEE

Versicherungsausgaben pro Kopf und Jahr in Euro

Deutschland	2.371
Europäische Union	2.174
Österreich	1.895
Tschechien	477
Slowakei	440
Polen	379
Ungarn	301
Kroatien	297
Bulgarien	159
Russland	142
Montenegro	131
Rumänien	112
Serbien	110
Mazedonien	71
Bosnien und Herzegowina	64
Kosovo	47
Albanien	41
Ukraine	30

0,3 Millionen
Kunden in Russland

RU¹⁾
13

3,0 Millionen
Kunden in CE

3,6 Millionen
Kunden in Österreich

0,7 Millionen
Kunden in EE

1,8 Millionen
Kunden in SEE

-  Zentraleuropa (CE)
-  Osteuropa (EE)
-  Südosteuropa (SEE)
-  Russland

Der Pin zeigt die Marktposition im jeweiligen Land.

¹⁾ Marktanteile in Russland beziehen sich nur auf die Lebensversicherung.



Motiviert & kompetent

UNIQA Mitarbeiter

Wir verlangen viel von unseren Mitarbeitern. Sie sollen immer ein Ohr für Kunden und Vertriebspartner haben und stets die bestmögliche Betreuung bieten. Dazu bemühen wir uns um ein möglichst attraktives Arbeitsumfeld – denn wer sich wohlfühlt, erbringt auch erstklassige Leistungen.

Wertorientiert und kompetent

Wir sind ein Unternehmen mit Charakter. Wir haben viele Stärken, aber natürlich machen wir auch Fehler. Und diesen Charakter definieren wir durch die UNIQA Werte. Sie machen uns und unseren Spirit aus und bilden die Leitlinien für unser Handeln.

Zu jedem Wert haben wir vier konkrete Kernkompetenzen festgelegt, die von Kundenorientierung bis zu Offenheit reichen und die wir als Grundvoraussetzung für die erfolgreiche Erfüllung unserer vielfältigen Aufgaben verstehen. Deshalb achten wir bei jeder Neueinstellung neben Fachkenntnissen gerade auch auf diese Kompetenzen. Mit einem klar strukturierten Onboarding-Prozess stellen wir sicher, dass sich neue Mitarbeiter von Beginn an bei UNIQA gut aufgehoben fühlen und dadurch möglichst schnell zum Unternehmenserfolg beitragen können.

Gut ausgebildet

Mit einem umfassenden Aus- und Weiterbildungsangebot begleiten wir Mitarbeiter bei ihrer persönlichen und fachlichen Weiterentwicklung. Im Rahmen des jährlichen Mitarbeitergesprächs definieren Führungskraft und Mitarbeiter gemeinsam auf Basis der Hauptaufgaben bzw. der definierten Ziele konkrete Entwicklungsmaßnahmen für die persönliche und fachliche Weiterbildung. Das Aus- und Weiterbildungsangebot von UNIQA setzt sich aus einer Vielzahl von E-Learning-Bausteinen, Präsenzseminaren und Trainings on the Job zusammen.

Zentrale Themen dieser Module sind neben fachspezifischem Wissen auch Konfliktmanagement, Kommunikation, Corporate Wording und das richtige Verhalten am Telefon.

1. Wir begeistern

- Kundenorientierung
- Rekrutierung und Teamzusammenstellung
- Zuhören können
- Andere motivieren

Für Führungskräfte gibt es zudem zwei maßgeschneiderte Leadership-Programme: Während sich „SHAPE“ an Führungskräfte, die direkt an den Konzernvorstand berichten, sowie an Vorstandsmitglieder der Tochtergesellschaften der UNIQA International AG richtet, steht „NEXT“ allen anderen Führungskräften offen, die Personalverantwortung tragen. Die 2016 gestarteten Programme sind beide auf die Dauer von zwei Jahren ausgelegt, die Teilnahme beruht auf Freiwilligkeit.

Vielfältig

Als Arbeitgeber in 16 Ländern wissen wir die Vielfalt unserer Teams sehr zu schätzen, denn sie ist ein wesentlicher Faktor unseres Erfolgs. Neben verschiedenen

Nationalitäten und Altersgruppen ist uns ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis ein großes Anliegen. Mehr als die Hälfte der Beschäftigten in der UNIQA Group sind Frauen. Im Topmanagement liegt ihr Anteil gruppenweit bei 23 Prozent, im internationalen Bereich bei 28 Prozent.

Und auch an der Rekrutierung weiblichen Nachwuchses arbeiten wir aktiv: Am Töchtertag bekommen Mädchen Einblicke in die Berufswelt bei UNIQA – live vermittelt durch UNIQA Managerinnen.

Arbeitgeber in

16
Ländern

Am Erfolg beteiligt

Engagement und Leistung werden bei UNIQA hochgehalten und daher auch entsprechend belohnt. Ein vom wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens abhängiges Bonussystem

für Führungskräfte (Short-Term Incentive, STI) sowie eine Erfolgsbonifikation für den Führungsaußendienst (EB-AD) sind deshalb wesentliche Bestandteile unserer variablen Vergütungssysteme.

Auch für Mitarbeiter ohne variable Gehaltskomponenten wurde ein Prämiensystem (Profit Sharing) entwickelt, denn wir sind der Meinung, dass alle Mitarbeiter von UNIQA von einer positiven Un-

ternehmensentwicklung profitieren sollen. Zusätzlich sorgt UNIQA auch mit Alters-, Berufsunfähigkeits- und Hinterbliebenenpensionen langfristig für die Mitarbeiter.

Unterstützt und entlastet

UNIQA Zeit ist Lebenszeit. Deshalb ist es uns ein großes Anliegen, Mitarbeiter dabei zu unterstützen, die richtige Balance zwischen Freizeit, Familie und Beruf zu finden. Das Serviceportal UNIQA Freiraum hält dafür vielfältige Informationen und Angebote zu den Themen Gesundheit, Familie, Vergünstigungen sowie Freizeit, Kultur und Mobilität bereit.

Um Mitarbeiter mit Familienverantwortung zu entlasten, finden regelmäßig eigene Kindertage im UNIQA Tower statt. Auch während einer beruflichen Auszeit steht UNIQA den Mitarbeitern mit Rat und Tat zur Seite. Karenztreffen informieren über die aktuellen Entwicklungen im Unternehmen sowie über praktische Aspekte zum Wiedereinstieg und bieten die Möglichkeit, Erfahrungen auszutauschen und in Kontakt zu bleiben.

Zur gezielten Förderung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie setzen wir außerdem auf flexible Arbeitszeitmodelle und ermöglichen Teilzeitarbeit sowie Teleworking.

Gesund und engagiert

Zufriedene und gesunde Mitarbeiter sind motivierte Leistungsträger. Deshalb setzen wir mit Angeboten wie Gratisimpfungen und vergünstigten Massagen einerseits Akzente in der unmittelbaren Gesundheitsförderung, andererseits betonen wir durch verschiedene Initiativen die Bedeutung von Prävention. Der Bogen reicht hier von Vorsorgeuntersuchungen über Expertenvorträge zur Burn-out-Vermeidung bis hin zu konkreten Fitnesstipps von UNIQA VitalCoaches. Ebenso erhalten Mitarbeiter bei der psychologischen Telefonberatung KEEP BALANCE auf Wunsch Unterstützung bei privaten oder beruflichen Problemen. Zudem können sie umfangreiche Sport- und Entspannungsmöglichkeiten kostenlos nutzen. Mit 22 Sektionen bietet der UNIQA Sportclub hier ein denkbar breites Spektrum – von Tennis und Volleyball bis hin zu Segeln oder Yoga.

Soziale Verantwortung ist Teil unserer Unternehmenskultur, deshalb fördern wir auch soziales Engagement unserer Mitarbeiter. Diese können jährlich einen Sozialtag in Anspruch nehmen, um sich für gesellschaftliche Anliegen und benachteiligte Mitmenschen zu engagieren. Das Unternehmen stellt sie für diesen Tag frei. Aus speziellen Anlässen kann das Kontingent auf zwei Tage erhöht werden.

Das Feedback unserer Mitarbeiter ist uns wichtig, deshalb führen wir regelmäßig Mitarbeiterbefragungen durch – zuletzt im September 2017. Im Dialog der Führungskräfte mit ihren Teams wurden die Ergebnisse intern diskutiert und konkrete Aktionspläne für weitere Verbesserungen erstellt, die im Lauf des Jahres 2018 umgesetzt werden.

2.

Wir gestalten

- Geschäftssinn
- Kreativität
- Fähigkeit, Probleme zu lösen
- Selbsterkenntnis

4.

Wir liefern

- Ergebnisorientierung
- Leistung messen und einfordern
 - Beharrlichkeit
- Setzen von Prioritäten

3.

Wir sind geradlinig

- Informieren
- Integrität und Vertrauen
- Mut zu führen
- Offenheit

Group Executive Board

Andreas Brandstetter, 48

Seit Juli 2011 arbeitet Andreas Brandstetter als CEO der UNIQA Group. Davor war er seit 2002 als Mitglied des Vorstands für neue Märkte, M&A sowie Bancassurance verantwortlich. Er hat ein Studium für Politikwissenschaften in Wien und den USA sowie einen Executive MBA an der California State University absolviert. Vor seiner Zeit bei UNIQA war er Leiter des EU-Büros von Raiffeisen in Brüssel.

Erik Leyers, 48

Seit 2016 gehört Erik Leyers dem Vorstand der UNIQA Group an und lenkt gruppenübergreifend die operativen Prozesse für UNIQA Österreich und UNIQA International. Er ist seit 2014 für UNIQA tätig. Zuvor arbeitete er bei der Allianz Gruppe in München in verschiedenen Operations-Bereichen. Erik Leyers absolvierte ein Studium der Volkswirtschaftslehre in München und startete seine Karriere 2001 bei McKinsey.

Alexander Bockelmann, 44

Mit Alexander Bockelmann hat UNIQA seit Juni 2016 einen eigenen Chief Digital Officer. Der promovierte Naturwissenschaftler mit umfangreicher Erfahrung in der Versicherungswirtschaft Deutschlands und der USA kam im Oktober 2013 zu UNIQA und zeichnet seither für die Digitalisierungsstrategie der Gruppe verantwortlich. Seine Karriere startete er bei der Boston Consulting Group.



Wolfgang Kindl, 51

leitet seit 2011 als CEO die UNIQA International AG, davor war er als Geschäftsführer für UNIQA International zuständig. Von 2000 bis 2004 war der Manager als CEO von UNIQA Assurances in Genf tätig. Kindl ist seit 1996 im Konzern. Der Doktor der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften startete seine Karriere im Vertrieb. Schwerpunktthema seines WU-Studiums waren Versicherungs- und Personalwirtschaft.



Andreas Brandstetter, Erik Leyers, Alexander Bockelmann, Wolfgang Kindl, Kurt Svoboda, Klaus Pekarek

Kurt Svoboda, 51

ist seit 2011 Mitglied des Vorstands der UNIQA Group und verantwortet die Bereiche Finanz- und Risikomanagement. In dieser Funktion ist er seit 2016 auch gruppenübergreifend für UNIQA Österreich und UNIQA International verantwortlich. Seit Ende 2017 ist Svoboda auch CEO von UNIQA Österreich. Er studierte in Wien Betriebswirtschaftslehre und absolvierte in St. Gallen den Lehrgang für Internationales Management. Kurt Svoboda startete seine Karriere bei KPMG in Wien und sammelte Erfahrung bei der Wiener Städtischen und AXA.

Klaus Pekarek, 61

ist seit 2016 für den Bankenvertrieb von UNIQA Österreich verantwortlich. Davor war er Vorstandsvorsitzender der Raiffeisen Versicherung. Bevor er zu UNIQA wechselte, war er in verschiedenen Funktionen für die Raiffeisen Landesbank Kärnten tätig, zuletzt als Generaldirektor. Klaus Pekarek absolvierte ein Studium der Rechtswissenschaften und der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften in Graz.

Was tun wir?

Mit einem breiten Produktangebot in der Schaden- und Unfall-, der Lebens- sowie der Krankenversicherung deckt die UNIQA Group alle wichtigen Sparten der Versicherungswirtschaft ab. Als Vollversicherung ist sie damit sowohl für Privat- als auch für Corporate-Kunden ein wertvoller Partner in allen Versicherungsfragen.

Schutz gegen Vermögens- einbußen

Schaden- und Unfallversicherung

Der „Klassiker“: Beim Wort Versicherung denken die meisten Menschen zuallererst an die traditionelle Schaden- oder Sachversicherung. Aus gutem Grund: Die wahrscheinlich ältesten Versicherungsverträge – sie gehen bis ins Altertum zurück – betrafen die Seefahrt, also ein Sachrisiko. Wesentliches Merkmal war und ist die entgeltliche Übertragung eines individuellen Risikos auf ein größeres Kollektiv, das für Vermögenseinbußen durch allfällige Schäden einsteht.

Die Sachversicherung ist aber nicht nur das älteste, sie ist nach Prämien bemessen weltweit auch das größte Segment der Versicherungswirtschaft. Das gilt auch für UNIQA: Rund 50 Prozent der im Konzern verrechneten Prämien werden in dieser Sparte erwirtschaftet.

Absicherung grundlegender Risiken

Dieser hohe Anteil entspricht auch der elementaren Bedeutung der Anliegen, die abgesichert werden: Es geht ums Wohnen – und damit eines der Grundbedürfnisse des Menschen –, um Eigentum, Mobilität sowie Absicherung bei Unfällen oder Naturkatastrophen. Kurz gefasst: Es geht um den Schutz gegen größere finanzielle Einbußen im Schadenfall. Dies betrifft Privatpersonen ebenso wie Unternehmen, die – abgesehen von herkömmlichen Sachversicherungen – auch Absicherung gegen Betriebsunterbrechungen und -störungen oder neuerdings auch gegen Schäden durch Cyberkriminalität benötigen.

Vielfalt an Themen und Produkten

Der Vielfalt an Absicherungsbedürfnissen entsprechend, bietet die UNIQA Group eine denkbar breit gefächerte Palette an Sach- und Unfallversicherungen an. Neben Kfz-Versicherungen zählen dazu Eigenheim-, private Unfall-, Rechtsschutz-, Haftpflicht-, Onlineshopping-, Transport- und Reiseversicherungen sowie zahlreiche maßgeschneiderte Pakete für Firmenkunden. Zusätzlich zu den bereits erwähnten Versicherungen gegen Betriebsunterbrechungen oder Cyberkriminalität bestehen hier etwa wirtschaftsnahe Zusatzmodule wie Technik-, Abfertigungs- oder Allriskversicherungen sowie eigene branchenspezifische Lösungen wie etwa die Landwirtschafts-Bündelversicherung.

Ergänzt wird das reine Versicherungsangebot auch in dieser Sparte durch diverse attraktive Zusatzservices. Dazu zählen etwa der UNIQA ServiceBot, der die Kunden bei der Navigation durch die zahlreichen Service- und Produktangebote von UNIQA unterstützt, oder diverse Hotlines wie das Anwalt PLUSservice für telefonische Rechtsberatung, das Zuhause PLUS24service, das im Schadenfall Hilfe vom Installateur

über den Schlüsseldienst bis hin zum Elektrotechniker organisiert, oder das 24-Stunden-Notfallservice extra für Betriebe.

Der Versicherungs- „Klassiker“...

Innovation großgeschrieben

Wie in den anderen Sparten auch, passt die UNIQA Group ihr Produkt- und Serviceportfolio in der Sachversicherung laufend an neue Anforderungen

und Bedürfnisse an, um für ihre Kunden attraktiv zu bleiben. Besonders die Themenkreise Wohnen und Mobilität sind derzeit von sehr wesentlichen Veränderungen geprägt.

Im Bereich **Eigenheim** etwa entwickelt sich das Umfeld – und damit das potenzielle Geschäftsmodell – unter dem Stichwort „Smart Home“ gerade mit atemberaubendem Tempo.

Für UNIQA bedeutet dieser Trend interessantes Potenzial für neue digitale Angebote, während er in der Schadenabwicklung immer breitere Möglichkeiten kundenfreundlicher Online-Schadenservices bringt.

Im **Kfz-Bereich** wiederum könnten Entwicklungen wie Carsharing oder selbstfahrende Autos das Mobilitätsverhalten und damit das Versicherungsgeschäft massiv verändern. Vor allem in Ballungszentren setzen die Menschen immer häufiger auf das Prinzip „Nutzen statt Besitzen“. Dies hat

Features – Prämiensparmöglichkeiten bei Verzicht auf Handytelefonate während der Fahrt.

Rund 50 Prozent der Konzernprämien

Wie schon eingangs erwähnt, stammen etwa 50 Prozent der von der UNIQA Group verrechneten Prämien aus der Schaden- und Unfallversicherung. Der größte Anteil davon entfällt mit 70 Prozent auf das Privatkundengeschäft. Aber auch das Geschäft mit Unternehmen und Körperschaften aller Art – vom Einmannbetrieb bis zu weltweit

agierenden Konzernen, von staatlichen Institutionen bis zu regionalen Vereinen – ist mit 30 Prozent des Gesamtprämienvolumens von hoher Bedeutung für UNIQA.

Die meisten Schaden- und Unfallversicherungsverträge werden kurzfristig mit bis zu drei Jahren Dauer abgeschlossen. Die breite Streuung der Risiken von sehr vielen Kunden und die verhältnismäßig kurze

Laufzeit bedingen einen nur moderaten Kapitalbedarf und machen dieses Geschäftsfeld damit attraktiv.

In Österreich entfallen bei UNIQA rund 44 Prozent der gesamten Prämien auf die Schaden- und Unfallversicherung, in CEE sind es sogar 62 Prozent.

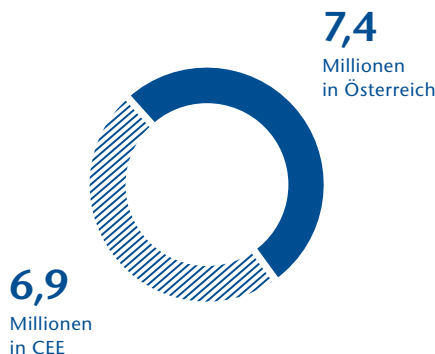
Während das Angebot der UNIQA Group von den Kunden in Österreich in seiner ganzen Breite genutzt wird, dominieren in CEE mit einem Prämienanteil von 56 Prozent bisher die Kfz-Versicherungen. Deutlich höher ist in Österreich auch die Versicherungsdurchdringung. Ein gutes Beispiel dafür ist die Haushaltsversicherung: In Österreich greifen rund 98 Prozent der Bevölkerung auf ein solches Produkt zurück, in CEE ist es vorderhand nur jeder Zweite, Tendenz jedoch steigend.

... erwirtschaftet rund 50 Prozent der Konzernprämien

naturgemäß auch Auswirkungen auf die benötigten Versicherungslösungen. Bei selbstfahrenden Autos wiederum stellt sich die Frage, ob im Fall eines Unfalls der Software- oder der Produkthersteller die Haftung trägt. Auch hier sind bedarfsgerechte, innovative Versicherungen gefragt.

Gleichzeitig werden die Sicherheitsanforderungen an Fahrzeuge immer höher. So müssen laut einer EU-Verordnung sämtliche seit Ende März 2018 neu zugelassenen Pkw und leichten Nutzfahrzeuge mit einem automatischen Notrufsystem ausgestattet sein. UNIQA war dieser Entwicklung deutlich voraus und kann mittlerweile auf zehn Jahre Erfahrung mit ihrem innovativen Produkt SafeLine und 35.000 zufriedene Kunden verweisen. Dieses Zusatzmodul stellt über ein im Fahrzeug montiertes GPS-Gerät die rasche Mobilisierung der Einsatzkräfte im Fall eines Unfalls sicher. Zudem bietet es – neben diversen weiteren

14,3 Millionen Verträge in der Schaden- und Unfallversicherung



Vorsorgen für die Zukunft

Lebensversicherung

Dauerhafte finanzielle Absicherung: Rechtzeitig für Zeiten künftigen Bedarfs vorzusorgen, ist ein menschliches Grundbedürfnis. Wir alle sehnen uns nach dauerhafter finanzieller Absicherung – für die Menschen, die uns besonders am Herzen liegen, aber auch für uns selbst. Seit jeher hat der Mensch in Zeiten der Fülle Vorräte und finanzielle Rücklagen für „ungewisse“ Zeiten angelegt.

Heutzutage ist dies insbesondere für den Lebensabschnitt nach dem Pensionsantritt von Bedeutung. Und schon ein kurzer Blick auf die staatlichen Pensionssysteme zeigt, dass hier auch Eigeninitiative gefragt ist. Denn schon heute muss zum Beispiel die Republik Österreich Jahr für Jahr um die 10 Milliarden Euro in das Pensionssystem pumpen, um es am Leben zu erhalten.

Abhilfe schafft hier die traditionelle Lebensversicherung: Sie ermöglicht es allen Menschen, schon mit kleinen monatlichen Beträgen zusätzlich für das Alter vorzusorgen. Auch UNIQA bietet in diesem Geschäftsfeld – es ist nach Prämien betrachtet das zweitgrößte der Gruppe – ein breit gefächertes Produktportfolio an.

Ansparprodukte im Fokus

Im Fokus des Angebots von UNIQA stehen die klassische kapitalbildende und die fondsgebundene Lebensversicherung, einerseits in der traditionell beliebteren Ansparvariante, andererseits auch gegen Einmaleralag. Auf den Punkt gebracht, erwirbt der Kunde den Anspruch auf eine Einmalzahlung oder eine lebenslange Pension. Versicherungsfall ist zumeist das Ende der Erwerbstätigkeit oder das Erreichen eines bestimmten Lebensalters.

Hinzu kommen sogenannte „Biometrieprodukte“ zur Absicherung von Risiken wie Berufsunfähigkeit, Pflegebedürftigkeit oder Ableben. Sie stellen sicher, dass die Kunden selbst oder ihre Angehörigen im Ernstfall verlässlich vor finanziellen Problemen geschützt sind. Für Corporate-Kunden bestehen zudem modulare Paketangebote für die betriebliche Pensions- und Abfertigungsvorsorge.

Wichtig ist dabei gerade für Privatkunden ein möglichst hohes Maß an Flexibilität. Denn die Lebensumstände der Menschen – und damit häufig ihre finanzielle Leistungsfähigkeit – ändern sich im Lauf der Zeit. Deshalb können die Kunden ihre Lebensversicherung bei UNIQA in vielen Fällen freigestalten und auch während der Vertragslaufzeit immer wieder anpassen. Dies betrifft neben der Höhe der Prämie etwa die gewählte Form der Veranlagung, die in der Polizze genannten Begünstigten, den Abschluss von Zusatzpaketen und vieles mehr.

Dauerhafte finanzielle Absicherung

UNIQA als Innovationsvorreiter

In Zentral- und Osteuropa sieht sich das konventionelle Modell der Lebensversicherung derzeit großen Herausforderungen gegenüber. Das historisch niedrige Zinsniveau belastet alle langfristigen Spar- und Anlageformen und damit auch die Lebensversicherung. Dies erfordert die Konzeption neuer Produkte, bei denen Verzinsung, Kapitaleinsatz und Kosten sowohl für die Kunden als auch für UNIQA in einer sinnvollen Balance stehen.

Schon im Dezember 2014 hat UNIQA als erstes Versicherungsunternehmen in Österreich ein vollkommen neues Modell der klassischen Lebensversicherung auf den Markt gebracht. Es verzichtet auf einen Rechnungszins, bietet aber eine 100-prozentige Kapitalgarantie auf die Nettoprämie. Das Produkt ist aber nicht nur flexibel und transparent, sondern es werden auch die Kosten fair verteilt: Die Abschlusskosten – das heißt die Provision für den Vertrieb – werden nicht vorab entnommen, sondern über die Zeit erwirtschaftet. Das garantiert den Kunden hohe Rückkaufswerte von Beginn an.

Bei der fondsgebundenen Lebensversicherung offeriert UNIQA seit Dezember 2017 nun ebenfalls eine gänzlich neu konzipierte Variante – einmal mehr ein Novum im Markt. Die dabei gebotenen Investitionsmöglichkeiten sind besonders übersichtlich und einfach zu verstehen.

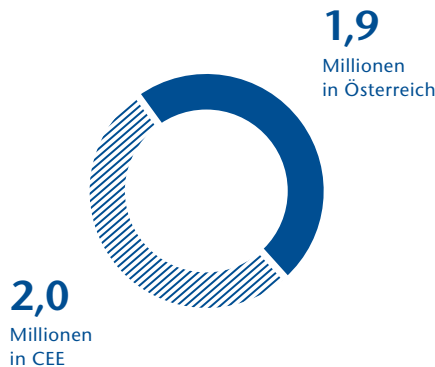
und vor allem für junge Menschen interessant, die noch mehr als 15 Jahre Zeit haben, um Beiträge anzusparen. Zudem ist sie dank wesentlich günstigerer Ausgabebeträgen von den Kosten her sehr attraktiv.

Zweitgrößte Sparte nach Prämienvolumen

Rund 30 Prozent der von der UNIQA Group verrechneten Prämien stammen aus der Lebensversicherung. Diese ist damit, wie erwähnt, der zweitgrößte Geschäftsbereich der Gruppe. Auf Privatpersonen entfallen vom gesamten Prämienvolumen rund 95 Prozent, der Rest auf Corporate-Kunden für betriebliche Pensions- und Abfertigungsversicherungen. Insgesamt betreut UNIQA 3,9 Millionen Verträge in dieser Sparte.

Etwa 66 Prozent der von der UNIQA Group in der Lebensversicherung verrechneten Prämien entfallen auf Österreich, CEE steuert aktuell rund 34 Prozent bei. In Österreich selbst macht die Lebensversicherung rund 29 Prozent der gesamten Prämien aus, in CEE sind es 34 Prozent. Besonders die CEE-Region bietet hier interessantes Wachstumspotenzial, denn mit dem stetig steigenden Lebensstandard erhöht sich auch das Bedürfnis nach langfristiger Absicherung.

3,9 Millionen Verträge in der Lebensversicherung



Rund
30 Prozent
der von der
UNIQA Group
verrechneten
Prämien
stammen aus
der Lebens-
versicherung.

Im Dienst der Gesundheit

Krankenversicherung

Die Krankenversicherung bildet seit vielen Jahren eine wesentliche Kernkompetenz von UNIQA. In unserem Heimmarkt sind wir in dieser Sparte mit einem Marktanteil von rund 46 Prozent unumstrittener Marktführer. Deshalb wird die Marke UNIQA in Österreich besonders eng mit dem Thema Krankenversicherung verbunden.

In CEE steckt das „Health“-Geschäft dagegen noch in den Kinderschuhen. Denn die Bereitschaft, Geld für die Gesundheit auszugeben, setzt einen gewissen Lebensstandard voraus. Mit dem steigenden Wohlstand ist das langfristige Wachstumspotenzial dafür hier aber umso größer.

Ident ist überall das Ziel, das UNIQA mit einem breit gefächerten Angebot in der Krankenversicherung verfolgt: Wir wollen den Menschen Zugang zu besserer medizinischer Versorgung eröffnen, und das in schneller Zeit und zu attraktiven Kosten. Zusätzlich möchten wir unsere Kunden durch ergänzende Services beraten, begleiten und zu einem gesunden Lebensstil motivieren.

Bedarfsgerechtes Angebot

Mit diesem Angebot trifft UNIQA punktgenau ein elementares Bedürfnis der Menschen. Denn Gesundheit ist unverzichtbar für Wohlbefinden, Lebensqualität und ein aktiv gelebtes Leben. Wenig überraschend daher, dass Gesundheit regelmäßig an erster Stelle rangiert, wenn die Österreicher danach befragt werden, worauf es ihnen im Leben wirklich ankommt.

Ebenso wichtig ist rasche Abhilfe im Krankheitsfall: Wer krank ist, möchte schnell erstklassige medizinische Hilfe erhalten. Abgesehen von der Frage, wie man übermäßige Wartezeiten in Spitalsambulanzen oder Ordinationen vermeiden kann, wird hier dem Vertrauen in den behandelnden Arzt bzw. das gewählte Spital hohe Bedeutung zugemessen. Folgerichtig verfügen über 30 Prozent der Österreicher über eine private Krankenversicherung.

Hochwertige medizinische Versorgung

Das Krankenversicherungsangebot von UNIQA bietet Antworten auf genau diese Fragen: Im Rahmen verschiedener Vertragsvarianten können sich die Kunden für den Fall des Falles hochwertige medizinische Versorgung sichern – stationär in der Sonderklasse eines Spitals oder ambulant durch niedergelassene Privatärzte. Dies schließt die freie Wahl von Krankenhaus und Ärzten ebenso mit ein wie vorteilhafte Termingestaltung für Diagnostik und Behandlung.

Versichert werden können dabei alle Arten von Erkrankungen bzw.

Therapien – von Sonderklasse im Krankenhaus bis hin zu Zahnersatz. Einzelne Pakete sind seit 2016 auch online abschließbar.

Das breite Angebot zeigt Wirkung. UNIQA ließ im Dezember 2017 mehr als 2.000 Österreicher zu Gesundheitsthemen befragen. Dabei bewerteten jene, die über eine private Krankenversicherung verfügen, ihren Gesundheitszustand mit 80 Prozent deutlich besser als die Probanden ohne private Gesundheitsvorsorge. Von ihnen zeigten sich nur 65 Prozent mit ihrer Gesundheit zufrieden.

Beratung und Prävention

Ihrer Rolle als verantwortungsvoller Versicherer entspricht die UNIQA Group daneben durch ein breites Angebot an Beratungs- und Serviceleistungen. Ein wesentliches Element davon sind Hotlines und digitale Beratungsplattformen, mit denen das Unternehmen seine Kunden bei der „Navigation“ durch das immer komplexere Gesundheitssystem unterstützt. So gibt das Ärzteteam des MedPLUS24service telefonisch oder per E-Mail rasch Antwort, wenn es um eine ärztliche Zweitmeinung, um Vorsorge- oder Reisemedizin, Informationen zu Krankenhäusern oder Ärzten, Ernährungstipps oder Hilfsdienste geht.

Marktführer mit Wachstumspotenzial

Daneben widmet sich UNIQA aktiv der Prävention und der Förderung eines gesunden Lebensstils. Gesunden-untersuchungen, Fitnesstests, individuelle Beratung durch professionelle VitalCoaches, Bewegungsinitiativen für Kinder und Jugendliche oder die Unterstützung von Breitensport-Events sind nur einige Beispiele dafür. Unternehmen stehen für Fitness- oder Gesundheits-Check-ups die UNIQA HealthCheck-Boxen zur Verfügung. Auch mit diesen Angeboten entspricht UNIQA einem zentralen Anliegen der Menschen: Mehr als die Hälfte der Österreicher hat das persönliche Ziel, durch Gewichtsreduktion, Sport und gesunde Ernährung aktiv an der Verbesserung ihrer Gesundheit zu arbeiten.

Erstklassige Leistung auch in der Zukunft

Die Bedeutung dieser Services wird in Zukunft noch zunehmen: UNIQA möchte sich zu einem positiven, verantwortungsvollen Lebensbegleiter weiterentwickeln. Wir möchten unsere Kunden einladen, sich an das Unternehmen zu wenden, wenn sie Rat und Unterstützung in Sachen Gesundheit benötigen – ob im Umgang mit dem staatlichen Gesundheitssystem, im raschen und unbürokratischen Zugang zu medizinischen Leistungen oder einfach nur in medizinischen Wissensfragen.

Für die Menschen wird es zunehmend schwieriger, den Überblick zu bewahren. In der Entwicklung der Medizin ist eine wahre Revolution im Gang. Das Feld reicht von Gentechnik über künstliche Intelligenz, Telemedizin und Robotics bis hin zu Nanomedizin. Die Vernetzung von Wissen wird dabei sehr viel wichtiger werden als heute. Dasselbe gilt für Prävention, also die gezielte Vermeidung des Entstehens von Krankheiten durch Früherkennung. Gerade hier arbeitet UNIQA konsequent daran, den Kunden Mehrwert zu bieten – zum Beispiel in Form eines Webportals, das sich dem Thema Gesundheit ganzheitlich widmet.

FACTS & FIGURES

- **Geburtenrekord:** Erstmals seit ihrer Gründung im Jahr 1919 kamen in der Wiener Privatklinik „Goldenes Kreuz“ 2017 mehr als 1.500 Babys zur Welt. Insgesamt haben hier bisher fast 70.000 Kinder das Licht der Welt erblickt.
- **Herzspezialisten:** In der Wiener Privatklinik Confartnität wurden 2017 mehr als 1.000 Herzkatheter-Eingriffe vorgenommen.

Moderater Prämienanteil, hohe Ertragskraft

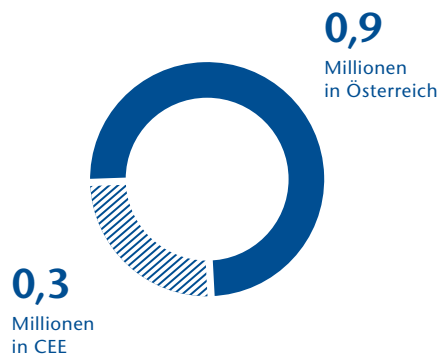
Mit einem Anteil von ca. 20 Prozent an den Konzernprämien ist die Krankenversicherung absolut gesehen zwar unser kleinstes Geschäftsfeld. Doch sie trägt maßgeblich zur Profitabilität – und damit zur soliden Kapitalausstattung – von UNIQA bei. Die Krankenversicherung zeichnet sich durch stabile Beiträge, langfristige Verträge und positive Wachstumsaussichten aus. Zudem steigen die Prämien im Einklang mit der Entwicklung der Gesundheitskosten und der Lebenserwartung an. Und die Stornoraten sind gering, da die während der Vertragslaufzeit gebildeten Rückstellungen im Fall eines Austritts nicht übertragbar sind.

Mehr als 90 Prozent der verrechneten Prämien in der Krankenversicherung entfallen auf Österreich, CEE steuert

in dieser Sparte aktuell rund 6 Prozent zu den Gesamtprämien bei. Während UNIQA in Österreich sowohl stationäre als auch ambulante Leistungen abdeckt, steht in CEE der ambulante Bereich deutlich im Vordergrund – schon deshalb, weil es hier bisher kaum Privatspitäler gibt. Mittel- bis langfristig rechnen wir aber auch in dieser Hoffungsregion mit einer ähnlichen Entwicklung wie in Österreich und Westeuropa.

Ungefähr ein Drittel der Prämien in der Krankenversicherung generiert UNIQA übrigens über Gruppenversicherungen, wie sie zum Beispiel für die Arbeitnehmer eines Unternehmens angeboten werden.

1,2 Millionen Verträge in der Krankenversicherung



Die Krankenversicherung bildet seit vielen Jahren eine wesentliche Kernkompetenz von UNIQA.

In unserem Heimmarkt Österreich sind wir in dieser Sparte mit einem Marktanteil von rund

46 Prozent

Marktführer.

Was
macht uns
attraktiv
für
Investoren?

UNIQA 2.0 – ambitionierte Ziele, klare Strategie

Im Jahr 2011 hat UNIQA unter dem Titel „UNIQA 2.0“ ein ambitioniertes, in mehrere Phasen gegliedertes Strategieprogramm gestartet. Nachdem die Gruppe in der ersten Umsetzungsphase dieser Initiative – sie umfasste die Jahre 2011 und 2012 – „startklar gemacht“ wurde, konnten wir in der zweiten Phase (2013 bis 2015) bereits die „ersten Erfolge“ einfahren. Auf Seite 30 finden Sie eine Zusammenfassung der wesentlichen Ziele für diese beiden Phasen und unserer Fortschritte bei deren Realisierung.

Aufgrund fundamentaler Veränderungen in Kundenerwartungen und -verhalten sowie disruptiver Entwicklungen in unserem Marktumfeld begann UNIQA im Jahr 2016, das Geschäftsmodell sowie die unterlegten Produkte und Prozesse aus Sicht der Kunden neu zu denken. Ergebnis war eine Anpassung der Ziele für die dritte Phase des Strategieprogramms, die unter dem Titel „Zukunft gestalten“ steht. Als einprägsames Bild für die Ziele und die strategischen Maßnahmen im Rahmen dieser dritten Phase haben wir die symbolische Darstellung eines Hauses – des „UNIQA Hauses“ – entwickelt, die Sie auf Seite 31 finden.

Um den für eine erfolgreiche Zukunft, insbesondere die Digitalisierung des Geschäfts, notwendigen Innovationsschub auszulösen, startete UNIQA 2016 das größte Innovationsprogramm der Firmengeschichte. Bis 2025 investiert die Gruppe nun rund 500 Millionen Euro in die Zukunft des Unternehmens. Sie fließen zum Großteil in das Re-Design des Geschäftsmodells, den dazu ebenso notwendigen personellen Kompetenzaufbau sowie in die IT-Systeme, die dafür erforderlich sind, UNIQA im Kerngeschäft von einem Anbieter von Versicherungsprodukten zu einem integrierten Servicedienstleister zu transformieren.

UNIQA 2.0 – Phase 3

1. Wachstum

Wir erwarten für den Zeitraum bis 2020 ein durchschnittliches Wachstum der verrechneten Prämien von etwa 2 Prozent pro Jahr. Während die Erwartungen an die Prämienentwicklung der Lebensversicherung in Österreich gedämpft sind, gehen wir für die genannte Periode von einem durchschnittlichen Wachstum in der Krankenversicherung von knapp 3 Prozent p. a. und Zuwächsen in der Schaden- und Unfallversicherung von ungefähr 4 Prozent p. a. aus.

2. Kostenquote

Effizienz und Kostenstruktur sollen laufend verbessert werden. Das 2016 gestartete Investitionsprogramm im Umfang von rund 500 Millionen Euro über zehn Jahre führt zwar mittelfristig zu einer Erhöhung der Kostenquote. Als Ergebnis dieser Investitionen erwarten wir aber ab 2020 eine Gesamtkostenquote von unter 24 Prozent.¹⁾

3. Combined Ratio

Die Combined Ratio in der Schaden- und Unfallversicherung ist für uns die wichtigste Kennzahl in Bezug auf die Profitabilität im Kerngeschäft. Das Ziel, die Combined Ratio bis 2020 nachhaltig unter 95 Prozent zu bringen, ist daher von höchster Priorität.

4. Ökonomische Kapitalquote (ECR)

Wir streben eine ökonomische Kapitalquote von 170 Prozent mit einer maximalen Bandbreite (Zielkorridor) von 155 bis 190 Prozent an.

5. Rentabilität

Als Maßstab für die Rentabilität haben wir den operativen Return on Equity definiert.²⁾ Eine dem Risiko entsprechende Rendite auf das eingesetzte Kapital zu erwirtschaften, ist zentrale Voraussetzung jedes nachhaltigen Geschäftsmodells. In diesem Sinn streben wir einen operativen Return on Equity von rund 13,5 Prozent im Durchschnitt der Jahre 2017 bis 2020 an.

6. Attraktive Dividende

Unsere Aktionäre sollen für die Bereitstellung ihres Kapitals eine attraktive Dividende erhalten. Trotz der außerordentlichen Investitionen und des anhaltenden Niedrigzinsumfelds beabsichtigen wir, die jährliche Ausschüttung je Aktie im Rahmen einer progressiven Dividendenpolitik in den kommenden Jahren kontinuierlich zu steigern.

¹⁾ Dieses Ziel wurde mit der Unterzeichnung des Vertrags zum Verkauf der italienischen Gesellschaften und dem damit verbundenen Rückgang des Einmalerlagsgeschäfts im Konzern angepasst.

²⁾ Definitionen wesentlicher Kennzahlen finden sich im Glossar.

UNIQA 2.0

Die Wachstumsstrategie 2011 – 2020

1

Kunden- wachstum

- Kundenzahl bis 2020 von 7,5 Mio. auf 15 Mio. verdoppeln
- Bis 2020 Nummer 1 in Österreich und Nummer 3 in CEE

+ 33 %

Kundenzahl
2011: 7,5 Mio.
2015: 10 Mio.

2

Konzentration auf das Kerngeschäft

Konzentration auf das Kerngeschäft:
Erstversicherung in den beiden Kernmärkten Österreich und CEE

	Desinvestments	Investments
Regional	Mannheimer Versicherung in DE	Basler in HR und SRB, EBRD-Anteile in CEE
Business	Hotels, Mediengruppe	Spitäler

3

Umsetzung von Schlüssel- programmen

- UNIQA Österreich: Profitabilität erhöhen
- Raiffeisen Versicherung: Produktivität erhöhen
- UNIQA International: profitables Wachstum
- Risk/Return: wertorientierte Unternehmenssteuerung

– 7,1 PP

Combined Ratio
2011: 104,9%
2012: 101,3%
2013: 99,8%
2014: 99,6%
2015: 97,9%

4

Solide Kapitalbasis

- Stärkung des Eigenkapitals
- Einfachere und börsenfreundliche Konzernstruktur
- Re-IPO 2013

+ 80 PP

Ökonomische Kapitalquote
2011: <100%
2012: 108%
2013: 161%
2014: 150%
2015: 182%

5

Attraktive Finanz- kennzahlen

- Verbesserung des Ergebnisses vor Steuern um bis zu 400 Mio. Euro

+ 190 %

Ergebnis vor Steuern	Dividende pro Aktie
2011: 145 Mio. Euro	2011: 0 Cent
2012: 204 Mio. Euro	2012: 0,25 Cent
2013: 308 Mio. Euro	2013: 0,35 Cent
2014: 378 Mio. Euro	2014: 0,42 Cent
2015: 423 Mio. Euro ¹⁾	2015: 0,47 Cent

¹⁾ Inklusive Ergebnisbeitrag Italien

Startklar machen
Phase 1: 2011 – 2012

Erste Erfolge
Phase 2: 2013 – 2015

Raiffeisen

11%

Foundations

53%

Free Float

36%

Das „UNIQA Haus“

NEW ECONOMY

Build Our Future!

Digital

Innovation

- Empower Our Teams
- Higher Performance Culture
- > Be Radical!

OLD ECONOMY

Increase Profit!

5 Group Initiatives

P+C

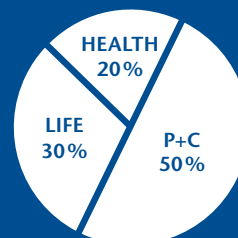
Life

Health

TOM AT

UIP

Portfolio:
5.3 BN EUR



Need For P+C Growth!

- Opportunities:
- M & A
 - Sales Cooperations

Protect Our Capital!

Capital + Balance Sheet



– ECR | SCR Strong!



- STRABAG
- Goodwill CEE



- Italy
- Casinos

Zukunft gestalten
Phase 3: 2016–2020

Kapital – die Basis

Das Vertrauen der Kunden in unsere Fähigkeit, unsere Verbindlichkeiten zu jedem Zeitpunkt zu erfüllen, ist die Basis unseres Geschäfts.

Daher ist eine solide und ausgewogene Bilanz für UNIQA ein strategischer Imperativ.

Wir haben uns dazu eine ökonomische Kapitalquote (ECR) in einer Bandbreite (Zielkorridor) von 155 bis 190 Prozent zum Ziel gesetzt. Damit stellen wir sicher, dass UNIQA selbst unter deutlich schlechteren Rahmenbedingungen stets solvent bleibt und auch allfällige Chancen im Versicherungsgeschäft jederzeit nutzen kann.

Mit diesem Ziel im Blick haben wir unsere Kapitalposition seit 2011 konsequent verbessert. UNIQA liegt dadurch heute im Spitzenfeld der europäischen Versicherungen, und das gleich in zweierlei Hinsicht. Denn nicht nur die erreichte Kapitalquote ist sehr solide, auch ihre Berechnung ist im Vergleich mit unseren europäischen Mitbewerbern denkbar konservativ. So nutzt UNIQA keine Übergangsregelungen und hinterlegt zusätzlich sämtliche Staatsanleihen mit Risikokapital.

Unsere starke Kapitalposition unterstützt das bestehende Geschäft, versetzt uns aber vor allem auch in die Lage, intensiv nach Wachstumschancen Ausschau zu halten. Denn es wird zunehmend schwierig, überschüssiges Kapital zu einer angemessenen Verzinsung zu investieren. Dabei können wir nicht nur organisches Wachstum, wie wir es vor allem in CEE erwarten, leicht finanzieren. Sondern wir sind auch in der Lage, über Akquisitionen zusätzlich externes Wachstum zu generieren. Hier legen wir allerdings strenge Maßstäbe an und setzen voraus, dass potenzielle Akquisitionen unser bestehendes Geschäft strategisch ergänzen, eine signifikante Größe aufweisen und ökonomisch Wert generieren.

210 % ECR

✓
**UPDATE
2017**

Kapital –
die Basis

Unterstützt durch eine solide operative Performance konnte UNIQA die regulatorische Kapitalquote (SCR) auf sehr starke 250 Prozent steigern. Bei der Bestimmung der Kapitalanforderung

in der Schaden- und Unfallversicherung setzen wir dabei seit Kurzem auf ein partielles internes Modell (PIM). Dieses wurde nach intensiven internen Vorbereitungen und Prüfung Ende des Jahres durch die Finanzmarktaufsicht genehmigt.

Die ökonomische Kapitalquote (ECR) liegt per Jahresende 2017 auf 210 Prozent und damit deutlich unter der regulatorischen Quote. Der Grund ist vor allem die Berücksichtigung von Risiko verbunden mit dem Investment in Staatsanleihen in der ECR. In der SCR werden dagegen gewisse Staatsanleihen als risikolos eingestuft.

Fünf Gruppen- initiativen – so steigert UNIQA Effizienz und Profitabilität im Kerngeschäft

Auf dem Fundament dieser starken Kapitalbasis bauen fünf strategische Initiativen im versicherungstechnischen Kerngeschäft auf.

In den drei Geschäftsbereichen Schaden- und Unfallversicherung, Krankenversicherung und Lebensversicherung wurde jeweils ein Programm zur Absicherung bzw. Steigerung der nachhaltigen operativen Profitabilität entwickelt, und diese Programme werden nun unter der Verantwortung des jeweiligen Fachvorstands umgesetzt. Parallel dazu laufen zwei weitere strategische Initiativen mit gruppenweiter Auswirkung im Kerngeschäft.

**Schaden- und Unfall-
versicherung**
Combined Ratio unter
95 Prozent

Krankenversicherung
Verteidigung der
Marktführerschaft

Lebensversicherung
Optimierung
des Produktportfolios

**UNIQA Insurance
Plattform**

**ZielBetriebsModell
(TOM)**



1. Schaden- und Unfallversicherung: Combined Ratio unter 95 Prozent

Klare Zielsetzung im Geschäftsfeld Schaden- und Unfallversicherung – jenem Segment, aus dem UNIQA den größten Beitrag zum Prämienwachstum erwartet, besonders in CEE – ist die signifikante Steigerung der Ertragskraft. Maßzahl dafür ist die Combined Ratio, also das Verhältnis der Aufwendungen für Versicherungsbetrieb und -leistungen zu den verrechneten Prämien. Unterstützt durch Investitionen in die operative Exzellenz wurden zahlreiche Projekte gestartet, mit denen die Combined Ratio bis 2020 nachhaltig unter 95 Prozent gesenkt werden soll. Der Schwerpunkt liegt dabei unter anderem in der Optimierung der Prämienkalkulation, der Portfoliosteuerung und des Schadenmanagements sowie im Ausbau der Betrugsbekämpfung.

✓
**UPDATE
2017**

Schaden- und
Unfall-
versicherung

Plangemäß erzielte UNIQA 2017 besonders in CEE eine weitere Verbesserung der Combined Ratio und kam mit insgesamt 97,5 Prozent dem Zielwert wieder einen wichtigen Schritt näher. Wesentliche Maßnahmen dafür waren die Intensivierung der Portfoliosteuerung und die gezielte Vermeidung von unprofitablem Geschäft.

In Ländern, die durch signifikante regulatorische Eingriffe gekennzeichnet waren, zum Beispiel Polen, ist es UNIQA weiters gelungen, Preiserhöhungen durchzusetzen und damit die Profitabilität des versicherungstechnischen Kerngeschäfts zu erhöhen. Auch die Betrugsprävention wurde 2017 weiter intensiviert. In Österreich ging dafür Anfang 2018 ein auf die Verarbeitung großer Datenmengen spezialisiertes System in Betrieb, das nun kurzfristig auch auf weitere Länder ausgerollt werden soll.

In Ländern, die durch signifikante regulatorische Eingriffe gekennzeichnet waren, zum Beispiel Polen, ist es UNIQA weiters gelungen, Preiserhöhungen durchzusetzen und damit die Profitabilität des versicherungstechnischen Kerngeschäfts zu erhöhen. Auch die Betrugsprävention wurde 2017 weiter intensiviert. In Österreich ging dafür Anfang 2018 ein auf die Verarbeitung großer Datenmengen spezialisiertes System in Betrieb, das nun kurzfristig auch auf weitere Länder ausgerollt werden soll.

2. Krankenversicherung: Verteidigung der Marktführerschaft

UNIQA ist klarer Marktführer in der österreichischen Krankenversicherung. Dieses Geschäftsfeld ist ein wesentliches Kompetenzzentrum und somit Ertragsstandbein des Unternehmens. Deshalb ist die Verteidigung unserer Führungsposition in diesem profitablen Geschäftsfeld eines unserer wichtigsten Ziele.

Größte treibende Kraft ist im Gesundheitswesen derzeit der rasante technologische Fortschritt. In der Welt der individualisierten Medizin und der adaptiven Versicherung werden die klassischen Rollen der Gesundheitsbranche neu verteilt. UNIQA will in dieser Transformation aktiv eine führende Rolle einnehmen. Der weitere Ausbau der Leistungen für die Kunden bildet dabei einen zentralen Schwerpunkt. Dazu sind selektive Investments entlang der Wertschöpfungskette in den Bereichen Gesundheitsberatung und -vorsorge, Gesundheitsdienstleistungen und auch digitale Gesundheitslösungen geplant.

Als richtungsweisende Neuerung konnte zum Beispiel im vergangenen Jahr das Projekt Akut-Versorgt in Zusammenarbeit mit der Privatklinik Döbling – sie zählt ebenfalls zur UNIQA Group – umgesetzt werden. Mit Akut-Versorgt haben UNIQA Kunden vorerst im Raum Wien an Wochenenden oder in der Nacht rasch Zugang zu medizinischer Versorgung, wenn sie akut Hilfe brauchen, etwa bei Schnittverletzungen, Kreislaufproblemen oder Sportverletzungen. 2018 wird dieses Service, das im Rahmen eines preisgünstigen Versicherungsbausteins angeboten wird, auch auf andere österreichische Landeshauptstädte ausgerollt.

Als sichtbares Zeichen unseres fortgesetzten Engagements im betrieblichen Gesundheitsmanagement startete 2017 weiters der neue UNIQA Mobile HealthCheck. Auf bis zu 70 Quadratmetern bietet dieses stark nachgefragte Service wahlweise das UNIQA FitnessProfil, Rückendiagnostik oder diverse medizinische Tests. Ebenso wurde im abgelaufenen Jahr die Online-Gesundheitsplattform medUNIQA vorbereitet, die 2018 ihren Dienst aufnehmen soll. Auf medUNIQA können sich UNIQA Kunden über bestehende und neue VitalServices sowie rund um das Thema Gesundheit informieren. Auf Wunsch können sie sich dabei von einem innovativen Chatbot durch die Angebotswelt von UNIQA steuern lassen.

✓
**UPDATE
2017**

Kranken-
versicherung

3. Lebensversicherung: Optimierung des Produktportfolios

Das seit Jahren anhaltende Niedrigzinsumfeld hat besonders starke Auswirkungen auf die Lebensversicherung. Je nach Veranlagungsstrategie ist es unter den derzeitigen Bedingungen auf den Kapitalmärkten nur schwer möglich, die Kapitalkosten nachhaltig zu verdienen. In besonderem Maß ist davon die in Österreich traditionell vorherrschende kapitalbildende Lebensversicherung betroffen. Die strategische Initiative in dieser Sparte zielt daher vorwiegend auf die Neuausrichtung des Produktportfolios und die Erhöhung der Profitabilität der bestehenden Verträge ab. Ein wesentliches Element dabei ist

die Konzeption von Lebensversicherungsprodukten, die sowohl für die Kunden als auch für UNIQA trotz des Niedrigzinsumfelds die notwendigen Margen erwirtschaften und deren Kapitalerfordernis im Einklang zur geforderten Profitabilität steht.

Erneut nahm UNIQA 2017 im Bereich Lebensversicherung die Vorreiterrolle in der österreichi-

schen Versicherungswirtschaft ein. Nachdem wir bereits 2014 als Erste eine klassische Lebensversicherung ohne Garantiezins auf den Markt gebracht hatten, offerieren wir mit einem komplett überarbeiteten Angebot im Bereich der fondsgebundenen Lebensversicherung seit Ende 2017 ein weiteres Novum. Damit haben wir einen wichtigen Schritt in der langfristigen Optimierung unseres Produktportfolios gesetzt. Transparent, kostengünstig und flexibel für den Kunden, erfüllt das neue Produkt gleichzeitig auch alle regulatorischen Anforderungen. Der einheitliche Ausweis der Kosten von Versicherungsprodukten bietet dem Kunden darüber hinaus eine bessere Vergleichbarkeit mit anderen Anbietern und uns damit einen Wettbewerbsvorteil.

✓
**UPDATE
2017**
Lebens-
versicherung

4. UNIQA Insurance Platform (UIP)

Ziel des Programms unter diesem Titel ist nichts weniger als die Erneuerung der Kernsysteme aller Sparten und die damit verbundene organisatorische Transformation des Konzerns. UIP ersetzt mittelfristig die bestehenden IT-Kernsysteme, mit denen notwendige innovative Prozesse, Produkte und Funktionalitäten nicht mehr effizient genug abgebildet werden können. Dieses Projekt ist auf mehr als zehn Jahre ausgelegt und wird das Geschäft von UNIQA auf eine vollkommen neue Basis stellen: Durch UIP werden Produktentwicklungszeiten (Time-to-Market) dramatisch reduziert, Flexibilität in der Produktgestaltung geschaffen und mittelfristig die Betriebskosten der gesamten Datenverarbeitung signifikant

gesenkt. Zusätzlich schaffen wir die Voraussetzungen, um in Zukunft den Kundenerwartungen und Kundenwünschen, die sich in einer zunehmend digitalisierten Welt immer rascher und radikaler verändern, noch besser zu entsprechen.

Für die Umsetzung des Programms UIP hat UNIQA im abgelaufenen Jahr eine eigene Organisationseinheit aufgebaut, die ihrerseits in

19 Projekte gegliedert ist. Zusätzlich wurde neben den zur Steuerung und Entscheidungsfindung benötigten internen Gremien (z. B. Business & IT Architecture Board, Change Request Management Board, Change Request Funding Board, Operative Steering Committee) ein eigener IT-Ausschuss des Aufsichtsrats etabliert.

Der erste wichtige Meilenstein in der konkreten Realisierung von UIP wird Mitte 2018 der Vertriebsstart für ein neues fondsgebundenes Lebensversicherungsprodukt über den österreichischen Bankenvertrieb (Phase 1) sein. 2017 wurde bereits ein Großteil der dafür benötigten Funktionalitäten entwickelt, ebenso wurden die nötigen Anpassungen in den bestehenden Systemen von UNIQA vorgenommen. Auch für die Phase 2 – den Vertrieb desselben Produkts durch UNIQA Österreich – wurden 2017 bereits die Vorbereitungsarbeiten abgeschlossen, um hier mit Anfang 2018 in die Umsetzung starten zu können. Sowohl Zeitplan als auch Budget konnten dabei durchwegs eingehalten werden.

✓
**UPDATE
2017**
UNIQA Insurance
Platform (UIP)

5. TOM – ZielBetriebsModell UNIQA Österreich

Seit dem Start des Strategieprogramms „UNIQA 2.0“ im Jahr 2011 arbeitet der Konzern daran, alle seine Prozesse im Sinn der Kunden effizienter, schneller und auch kostengünstiger zu gestalten. Dieses Modernisierungs- und Optimierungsprojekt unter der Bezeichnung „ZielBetriebsModell“ betrifft vor allem interne, nach außen hin nicht sichtbare Prozesse. Es setzt zum einen auf die Zusammenführung von Abwicklungseinheiten an Standorten, an denen die Leistungen in hoher Qualität und zu geringen Kosten bereitgestellt werden können, und zum anderen auf die Standardisierung vieler einzelner Produkte und Prozesse. Das Einsparungspotenzial, das durch die Umsetzung des neuen ZielBetriebsModells freigesetzt wird, steigt schrittweise und wird bereits vor 2020 jährlich einen zweistelligen Millionen-Euro-Betrag erreicht haben. Zum Teil werden diese Einsparungen auch auf Kapazitätsänderungen beruhen,

die aber möglichst im Weg der natürlichen Fluktuation bzw. im Einvernehmen mit den Mitarbeitern erfolgen werden.

Einen wesentlichen Schwerpunkt in der Umsetzung des ZielBetriebsModells bildete 2017 auch die schrittweise Verlagerung der Bearbeitung von Geschäftsfällen aus den zentralen Service-Einheiten sowie den Landesdirektionen in das Group Service Center in Nitra in der Slowakei.

Neben einer Neudefinition der Governance für die länderübergreifende Zusammenarbeit zwischen Österreich und der Slowakei erfolgten dafür auch umfangreiche Maßnahmen zur Qualitätssicherung.

Im Bereich Automatisierung starteten 2017 diverse Initiativen mit neuen Technologien wie künstlicher Intelligenz, Robotics oder automatischer Belegerkennung (Optical Character Recognition, OCR). In der Krankenversicherung ersetzen bereits erste OCR-Module manuelle Tätigkeiten bei der Bearbeitung von Standardgeschäftsfällen.

Dank erfolgreicher Werbeaktionen erhält mittlerweile über ein Drittel aller 425.000 myUNIQA-Kunden Zusendungen von UNIQA über das elektronische Postfach. Dies erhöht den Komfort für die Kunden, die ihre Unterlagen durch das elektronische Ablagesystem stets rasch griffbereit haben, und reduziert gleichzeitig den Papierverbrauch. Der Energieverbrauch von UNIQA wiederum sank aufgrund der Einführung von modernem Energiemanagement in Österreich. Der Einbau von Verbrauchsmessgeräten und die Umsetzung erster Energiesparmaßnahmen werden sich innerhalb von zwei Jahren amortisieren.

✓
UPDATE
2017

TOM – Ziel-
BetriebsModell
UNIQA Österreich

Innovation und Digitalisierung – wir bauen die Zukunft

Aufbauend auf diesen Initiativen im Kerngeschäft setzt UNIQA zusätzliche Impulse, um das Geschäftsmodell laufend den aktuellen Erfordernissen anzupassen.

Übergeordnetes Ziel ist es dabei, die Kunden von heute auch morgen begeistern zu können.

Innovation – Entwicklung zum Serviceprovider: Diese strategische Initiative setzt sich mit der evolutionären Weiterentwicklung der Wertschöpfungskette einer Versicherung vom reinen Deckungsgeber zum voll umfassenden Serviceprovider auseinander. Diese Transformation, die eng mit der Digitalisierung des Versicherungsgeschäfts verknüpft ist, umfasst ein Bündel an unterschiedlichen Maßnahmen. Sie reichen von der Analyse innovativer Geschäftsmodelle außerhalb des Versicherungssektors über selektive Investments in Start-ups im Finanz- und Technologiebereich bis hin zu Kooperationen mit Inkubatoren.

UNIQA hat sich 2017 intensiv mit der Thematik neuer und junger Unternehmen im Finanzdienstleistungssektor – sogenannter „Fintechs“ und „Insuretechs“ – befasst. Ziel dieser Initiativen ist es, die Innovationskraft dieser neu entstehenden Ökosysteme und Unternehmen zu nutzen, um neue Ideen und Technologien zu erschließen und dadurch letztlich unseren Kunden neue Services und Produkte anbieten zu

✓
UPDATE
2017
Innovation

können. Als Unternehmenspartner verschiedener Inkubatoren und Start-up-Initiativen arbeitet UNIQA in unterschiedlichen Projekten mit jungen Unternehmen zusammen und erstellt erste innovative Lösungen, so etwa selbstlernende Chatbots für den Kundenservice oder neue Finanz- und Servicelösungen im Finanzbereich. Darüber hinaus hat UNIQA erste Investitionen in junge Fintechs vorgenommen, um mit diesen zu kooperieren bzw. mit ihnen neue Geschäftsmodelle auszuprobieren. Beispiele dafür sind Twisto, ein tschechischer Anbieter für Online-Zahlungsmöglichkeiten, FINABRO, ein digitaler Berater für privates Sparen und langfristige Veranlagungen sowie fragnebenan.at, eine Nachbarschaftsplattform. Diese Aktivitäten sollen als Teil des UNIQA Innovationsprogramms auch in den kommenden Jahren fortgesetzt werden.

Digitalisierung – Geschäfts- und Servicemodell neu denken: Der Servicegedanke und das „Halten“ des Kundenversprechens auch im digitalen Zeitalter sind der Kern dieser strategischen Initiative. Im Zentrum steht die Neuausrichtung der Kundenkontaktpunkte und der nachgelagerten Serviceprozesse, da sich die Kommunikationskanäle und die Kundenansprüche im Sinn von Qualität, Reaktionszeiten und Serviceerwartung auch in der Versicherungswirtschaft

in den nächsten Jahren wesentlich wandeln werden. De facto muss UNIQA angesichts dieser disruptiven Veränderung des Marktumfelds ihr Geschäfts- und Servicemodell aus Sicht des Kunden neu denken. Vor dem Hintergrund der führenden Position von UNIQA in der Krankenversicherung liegt hier ein besonderer Schwerpunkt im Bereich Gesundheit.



In Österreich lag der Fokus der Digitalisierungsinitiative von UNIQA 2017 neben der Modernisierung wesentlicher Kernversicherungssysteme auf dem Aufbau eines neuen „Digital Teams“, das – stets mit der Kundenperspektive im Blick – neue digitale Kundenlösungen entwickelt und realisiert. Basierend auf den wachsenden Serviceerwartungen einer immer stärker mobil agierenden Gesellschaft wurden dabei etwa neue digitale Kommunikationswege (z. B. Chatbots) erschlossen. Parallel dazu entstanden mit der neuen myUNIQA-App und dem neuen myUNIQA-Portal zahlreiche mobile Angebote für Kundenservice und Schadenmeldung. Sowohl App als auch Portal werden im 1. Halbjahr 2018 in Österreich als Pilotmarkt ausgerollt.

Im internationalen Umfeld lag der Fokus 2017 auf der Digitalisierung des Vertriebs. Neben der Schaffung von Tools zur

Online-Polizzierung (z. B. in Tschechien) umfasste dies vielfach auch die Modernisierung der länderspezifischen Internet-Auftritte und der online verfügbaren Produktangebote. Darüber hinaus wurden sowohl in Österreich als auch in den internationalen Märkten erste Projekte zur Beschleunigung von Kundenprozessen durch den Einsatz von RPA (Robotic Process Automation) umgesetzt und die Erledigungszeiten damit signifikant reduziert.

| Zukunft gestalten



UNIQA 2.0

UNIQA outperformt europäische Versicherungs- branche

Die solide Geschäftsentwicklung von UNIQA im abgelaufenen Jahr ermöglicht den Vorschlag einer weiteren Erhöhung der Dividende auf 51 Cent je Aktie. Auch sonst präsentiert sich UNIQA mit einer starken Marke, einer guten Marktposition – insbesondere in der Krankenversicherung in Österreich – und einer sehr soliden Kapitalausstattung als interessante Investimentooption.

Die Börsen gehen nach oben

Das Jahr 2017 war an den Börsen von einer stetigen Aufwärtsentwicklung der Kurse geprägt. Optimistische Wirtschaftsprognosen und eine weiterhin entspannte Zinslandschaft beflügelten die Marktstimmung und sorgten in vielen Märkten für historische Höchststände.

Der gesamteuropäische Index Euro Stoxx 50 etwa konnte im Jahresverlauf um 6,5 Prozent zulegen. Wachstumstreiber waren insbesondere die starke Ausweitung des Welthandels und die solide Nachfrage nach europäischen

Produkten. Die Emerging Markets erlebten insgesamt ein hervorragendes Aktienjahr 2017 – der MSCI Emerging Markets Index stieg um 34,3 Prozent an. In Osteuropa stand der starken Performance der Märkte in Polen, Ungarn oder Tschechien eine Seitwärtsbewegung der russischen Börse auf hohem Niveau gegenüber. In Summe zeigte der Osteuropaindex CECE mit einem Plus von 28,7 Prozent 2017 eine starke Entwicklung.

Die Kursentwicklung an der Wiener Börse konnte sich 2017 nochmals deutlich positiv von der europäischen Benchmark Euro Stoxx 50 abheben. Mit einem Zuwachs des ATX von 30,6 Prozent reihte sich der heimische Leitindex unter die weltweit besten Kursbarometer ein. Der Jahreshöchststand wurde dabei am 2. November 2017 mit 3.445,23 Punkten erreicht. Fundamental getragen wurde die hervorragende Kursentwicklung an der Wiener Börse von einem kräftigen Konjunkturimpuls aus internationaler Nachfrage und wachsender Investitionsnachfrage im Inland. Beide Komponenten führten zu einer deutlichen Stärkung der

Ertragslage der Unternehmen. Die höheren Kursniveaus sollten damit durch entsprechende Unternehmensgewinne abgesichert sein.

EQUITY STORY

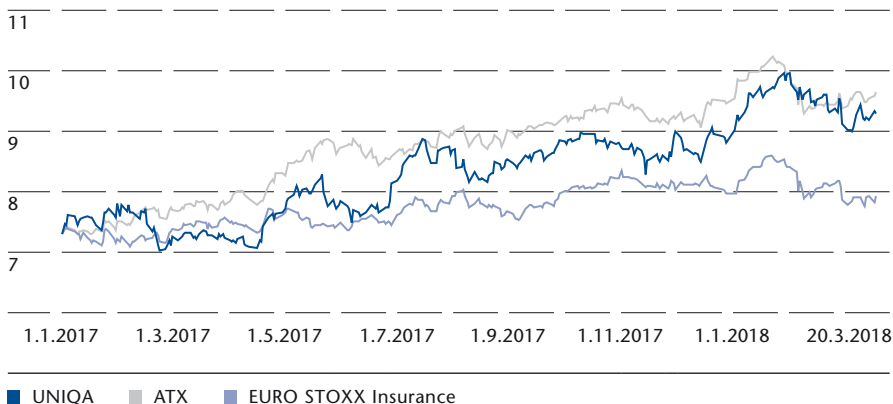
- Nr. 1 Versicherungsmarke
- Nr. 1 Krankenversicherer
- Wachstumspotenzial CEE
- Solide Kapitalposition
- Progressive Dividende

Attraktiver Total Shareholder Return im Jahr 2017

Die UNIQA Aktie ist nach dem erfolgreichen Re-IPO im Oktober 2013 und der damit verbundenen deutlichen Liquiditätssteigerung seit 2014 auch im ATX vertreten. Im Einklang mit der allgemeinen Marktentwicklung konnte auch ihr Kurs im Lauf des Jahres 2017

Entwicklung der UNIQA Aktie

Angaben in Euro



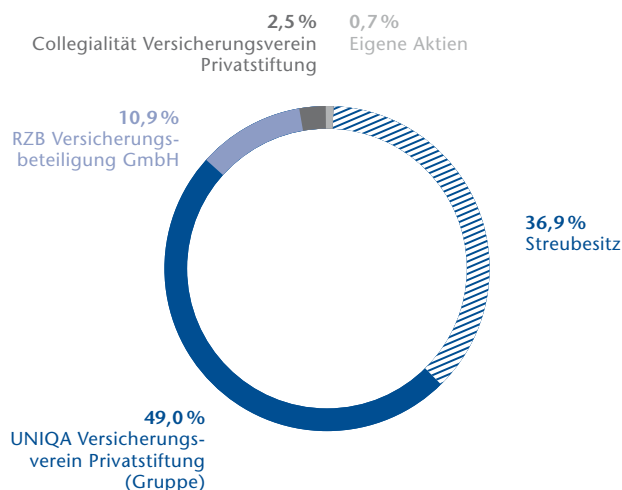
spürbar zulegen. Ins Jahr gestartet war die Aktie bei 9,01 Euro, um bald darauf am 24. Februar 2017 ihren Jahrestiefstand von 7,09 Euro zu erreichen. Danach ging es mehr oder weniger stetig nach oben, am 21. Dezember 2017 markierte der Kurs schließlich den Jahreshöchststand von 9,05 Euro. Zu Jahresende schloss die UNIQA Aktie nur geringfügig darunter bei 8,82 Euro. Auch Anfang 2018 hielt der Aufwärtstrend weiter an, am 20. März 2018 erreichte der Kurs 9,28 Euro.

Insgesamt verzeichnete der Kurs der UNIQA Aktie damit im Verlauf des Jahres 2017 einen Anstieg um 22,5 Prozent, während der Benchmark-Index für die europäische Versicherungsbranche, der EURO STOXX Insurance, im selben Zeitraum um 13,4 Prozent zulegte. Unter Berücksichtigung der Dividende erreichte die UNIQA Aktie 2017 einen Total Shareholder Return von 28,9 Prozent.

Aktionärsstruktur bleibt stabil

Unverändert zeigt sich zum Ende des Jahres 2017 die Aktionärsstruktur von UNIQA: Der Kernaktionär UNIQA Versicherungsverein Privatstiftung (Gruppe) hält insgesamt 49,0 Prozent der UNIQA Aktien. Davon entfallen auf die Austria Versicherungsverein Beteiligungs-Verwaltungs GmbH 41,3 Prozent und auf die UNIQA Versicherungsverein Privatstiftung 7,7 Prozent. Als weiterer Kernaktionär fungiert die Raiffeisen Bank International AG – sie hält über die

Aktionärsstruktur



Kennzahlen UNIQA Aktie

Angaben in Euro

	2017	2016	2015	2014	2013
Börsenkurs UNIQA Aktie per 31. Dezember	8,82	7,20	7,53	7,78	9,28
Höchstkurs	9,05	7,45	9,41	10,02	11,14
Tiefstkurs	7,09	5,04	7,04	7,34	8,12
Durchschn. Börsenumsatz/Tag (in Mio. Euro)	5,6	5,2	4,5	3,2	1,5
Marktkapitalisierung per 31. Dezember (in Mio. Euro)	2.707,4	2.218,5	2.320,6	2.397,6	2.183,5
Durchschn. Anzahl der Aktien im Umlauf	306.965.261	308.129.721	308.180.350	308.180.350	235.294.119
Ergebnis je Aktie	0,53	0,48	1,09	0,94	1,21
Dividende je Aktie	0,51 ¹⁾	0,49	0,47	0,42	0,35

¹⁾ Vorschlag an die Hauptversammlung

RZB Versicherungsbeteiligung GmbH einen Anteil von 10,9 Prozent. Der Kernaktionär Collegialität Versicherungsverein Privatstiftung schließlich ist mit 2,5 Prozent an UNIQA beteiligt. Der Bestand an eigenen Aktien beläuft sich gegenwärtig auf 0,7 Prozent. Der Streubesitz repräsentiert damit per Ende 2017 mit 36,9 Prozent mehr als ein Drittel der gesamten Aktien und einen Wert von rund 1 Milliarde Euro.

Infolge von Stimmrechtsbindungen sind die Anteile der drei Kernaktionäre zusammenzuzählen. Zudem bestehen wechselseitige Vorkaufsrechte.

Finanzkalender 2018

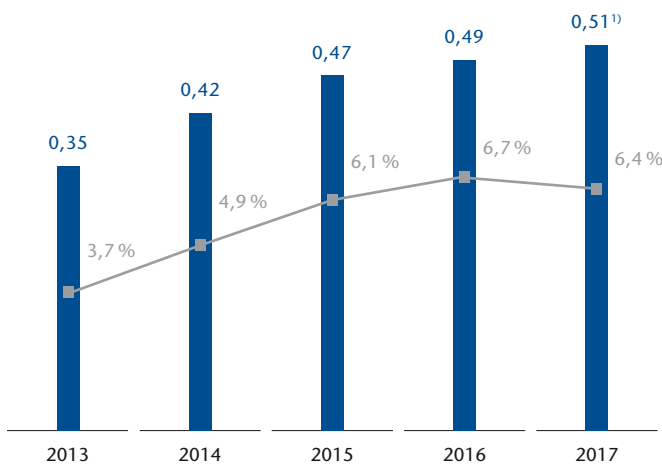
18.5.	Nachweisstichtag für die ordentliche Hauptversammlung
24.5.	Bericht zum 1. Quartal 2018, Solvency and Financial Condition Report 2017
28.5.	Ordentliche Hauptversammlung
7.6.	Ex-Dividendtag
8.6.	Nachweisstichtag für die Dividende
11.6.	Dividendenzahltag
22.8.	Halbjahresfinanzbericht 2018
21.11.	Bericht zum 1.–3. Quartal 2018

„UNIQA bietet einen attraktiven Geschäftsmix als Nummer-1-Krankenversicherer in Österreich, hat eine klare und fortschrittliche IT-Strategie und weist zudem eine attraktive Dividendenrendite von mehr als 6 Prozent auf, zusätzlich zu einer in Richtung 250 Prozent stark steigenden Solvabilitätsquote.“

FRANK KOPFINGER, DEUTSCHE BANK, 31. AUGUST 2017

Entwicklung der UNIQA Dividende

in Euro indiziert



¹⁾ Vorschlag an die Hauptversammlung

■ Dividende in Euro ■ Dividendenrendite (Mittelkurs)

Progressive Dividendenpolitik

Im Bewusstsein unserer Verantwortung für die langfristige nachhaltige Entwicklung von UNIQA und das von unseren Eigentümern investierte Kapital ist es uns ein Anliegen, die Aktionäre von UNIQA angemessen am Unternehmenserfolg zu beteiligen. In diesem Sinn wurden die Dividendenausschüttungen über die letzten Jahre regelmäßig angehoben. Für das Jahr 2017 wird der Vorstand der Hauptversammlung auf Basis des Einzelabschlusses der UNIQA Insurance Group AG die Ausschüttung einer neuerlich erhöhten Dividende von 51 Cent je dividendenberechtigter Aktie vorschlagen. In Summe entspricht dies einer Ausschüttung von rund 157 Millionen Euro oder 97 Prozent des Konzernergebnisses. Gegenüber dem Vorjahr

wird die Dividende damit um 2 Cent und um mehr als 4 Prozent gesteigert. Dennoch bewegt sich die ökonomische Kapitalquote (ECR) auf einem sehr hohen Niveau.

„UNIQA hat ihre progressive Dividendenpolitik bestätigt, die zu konstanten absoluten Dividendenerhöhungen bis 2020 führt. Die Dividendenrendite beträgt derzeit rund 6 Prozent. Unsere Schätzungen für die zukünftigen Auszahlungen unterstellen eine Payout Ratio von 70 – 75 Prozent.“

BERND MAURER, RAIFFEISEN CENTROBANK, 7. AUGUST 2017

Trotz der geplanten IT- und Zusatzinvestitionen von rund 500 Millionen Euro bis 2025 und des herausfordernden wirtschaftlichen Umfelds beabsichtigt UNIQA, die jährliche Ausschüttung je Aktie im Rahmen einer progressiven Dividendenpolitik in den kommenden Jahren kontinuierlich weiter zu steigern.

RESEARCH

Derzeit veröffentlichen folgende Investmentbanken regelmäßig Researchberichte zur UNIQA Aktie:

- Berenberg Bank
- Commerzbank
- Deutsche Bank
- Erste Group Bank
- J.P. Morgan
- Keefe, Bruyette & Woods
- Kepler Cheuvreux
- Raiffeisen Centrobank
- WOOD & Company

Im stetigen Dialog mit Analysten und Investoren

Wir legen größten Wert darauf, unsere Aktionäre sowie die gesamte Financial Community regelmäßig, aktuell und umfassend über die laufende Entwicklung des Unternehmens zu informieren. Auf zahlreichen Roadshows und auf Investorenkonferenzen stand das Managementteam von UNIQA in diesem Sinn auch 2017 Anlegern und Analysten Rede und Antwort und hielt eine Vielzahl von Einzelgesprächen ab. Sämtliche Berichte und Unternehmensinformationen sind daneben auch online über www.uniqagroup.com abrufbar. Darüber hinaus steht Ihnen unser Investor-

Relations-Team stets gern für individuelle Anfragen zur Verfügung:

Informationen UNIQA Aktie

Wertpapierkürzel	UQA
Reuters	UNIQ.VI
Bloomberg	UQA AV
ISIN	AT0000821103
Marktsegment	prime market der Wiener Börse
Handelssegment	Amtlicher Handel
Indizes	ATX, ATX FIN, MSCI Europe Small Cap
Aktienanzahl	309.000.000

UNIQA Insurance Group AG
Investor Relations
Untere Donaustraße 21, 1029 Wien
Tel.: (+ 43) 01 21175 3773
E-Mail: investor.relations@uniqa.at

Die UNIQA Aktie ist nach dem erfolgreichen Re-IPO im Oktober 2013 und der damit verbundenen deutlichen Liquiditätssteigerung

**seit 2014
auch im ATX**

vertreten. Im Einklang mit der allgemeinen Marktentwicklung konnte auch ihr Kurs im Lauf des Jahres 2017 spürbar zulegen.

Kennzahlenüberblick 2013–2017

Konzernkennzahlen Fünfjahresvergleich Angaben in Millionen Euro					
	2017	2016	2015	2014	2013
Verrechnete Prämien inklusive der Sparanteile der fonds- und der indexgebundenen Lebensversicherung	5.293	5.048	5.211	6.064	5.886
davon Schaden- und Unfallversicherung	2.640	2.518	2.439	2.621	2.591
davon Krankenversicherung	1.042	1.004	964	961	938
davon Lebensversicherung	1.612	1.526	1.807	2.483	2.357
Versicherungsleistungen im Eigenbehalt	– 3.559	– 3.386	– 3.671	– 4.384	– 3.959
davon Schaden- und Unfallversicherung	– 1.645	– 1.551	– 1.554	– 1.724	– 1.634
davon Krankenversicherung	– 878	– 844	– 782	– 781	– 769
davon Lebensversicherung	– 1.036	– 991	– 1.336	– 1.880	– 1.557
Aufwendungen für den Versicherungsbetrieb im Eigenbehalt	– 1.276	– 1.286	– 1.190	– 1.299	– 1.354
davon Schaden- und Unfallversicherung	– 788	– 763	– 700	– 749	– 803
davon Krankenversicherung	– 168	– 175	– 154	– 167	– 162
davon Lebensversicherung	– 320	– 348	– 337	– 383	– 389
Combined Ratio nach Rückversicherung (in Prozent)	97,5 %	98,1 %	97,9 %	99,6 %	99,8 %
Schadenquote (in Prozent)	65,9 %	65,7 %	67,5 %	69,4 %	66,9 %
Kostenquote (in Prozent)	31,6 %	32,4 %	30,4 %	30,2 %	32,9 %
Kapitalanlageergebnis	561	589	732	888	780
Ergebnis vor Steuern	242	226	398	378	308
davon Schaden- und Unfallversicherung	84	58	71	61	47
davon Krankenversicherung	110	96	171	130	84
davon Lebensversicherung	49	72	155	187	177
Konzernergebnis	161	148	337	290	285
Ergebnis je Aktie (in Euro)	0,53	0,48	1,09	0,94	1,21
Dividende je Aktie (in Euro)	0,51¹⁾	0,49	0,47	0,42	0,35
Eigenkapital (den Anteilseignern der UNIQA Insurance Group AG zurechenbarer Anteil)	3.178	3.186	3.145	3.082	2.763
Bilanzsumme	28.744	33.639	33.298	33.038	31.002
Operating Return on Equity (in Prozent)	9,3 %	10,0 %	17,2 %	15,6 %	14,6 %
Ökonomische Kapitalquote – ECR (in Prozent)	210 %	215 %	182 %	150 %	161 %

¹⁾ Vorschlag an die Hauptversammlung

Aufgrund des Verkaufs der italienischen Konzerngesellschaften werden sowohl die Kennzahlen für das Geschäftsjahr 2016 als auch jene für 2015 (mit Ausnahme der Bilanzsummen) exklusive Italien dargestellt.