

UNIQA Group auf einen Blick

Konzernkennzahlen Angaben in Millionen Euro	2021	2020	Veränderung
Verrechnete Prämien	6.033,4	5.261,2	+ 14,7 %
Sparanteile der fonds- und der indexgebundenen Lebensversicherung (vor Rückversicherung)	324,6	304,1	+ 6,7 %
Verrechnete Prämien inklusive der Sparanteile der fonds- und der indexgebundenen Lebensversicherung	6.358,0	5.565,3	+ 14,2 %
davon Schaden- und Unfallversicherung	3.489,5	3.010,3	+ 15,9 %
davon Krankenversicherung	1.226,5	1.167,6	+ 5,0 %
davon Lebensversicherung	1.642,0	1.387,5	+ 18,3 %
davon laufende Prämieinnahmen	1.491,9	1.294,3	+ 15,3 %
davon Einmalumlage	150,2	93,2	+ 61,1 %
Verrechnete Prämien inklusive der Sparanteile der fonds- und der indexgebundenen Lebensversicherung	6.358,0	5.565,3	+ 14,2 %
davon UNIQA Österreich	3.916,6	3.837,5	+ 2,1 %
davon UNIQA International	2.423,3	1.705,4	+ 42,1 %
davon Rückversicherung	1.469,5	1.162,7	+ 26,4 %
davon Konsolidierung	- 1.451,4	- 1.140,3	+ 27,3 %
Abgegrenzte Prämien im Eigenbehalt	5.697,6	5.029,5	+ 13,3 %
davon Schaden- und Unfallversicherung	3.203,9	2.809,0	+ 14,1 %
davon Krankenversicherung	1.213,3	1.163,6	+ 4,3 %
davon Lebensversicherung	1.280,4	1.057,0	+ 21,1 %
Sparanteile der fonds- und der indexgebundenen Lebensversicherung (nach Rückversicherung)	324,6	304,1	+ 6,7 %
Abgegrenzte Prämien inklusive der Sparanteile der fonds- und der indexgebundenen Lebensversicherung	6.022,2	5.333,7	+ 12,9 %
Versicherungsleistungen¹⁾	- 4.104,2	- 3.694,6	+ 11,1 %
davon Schaden- und Unfallversicherung	- 1.965,1	- 1.775,1	+ 10,7 %
davon Krankenversicherung	- 997,7	- 963,1	+ 3,6 %
davon Lebensversicherung ²⁾	- 1.141,4	- 956,4	+ 19,3 %
Aufwendungen für den Versicherungsbetrieb im Eigenbehalt³⁾	- 1.648,5	- 1.566,4	+ 5,2 %
davon Schaden- und Unfallversicherung	- 1.037,8	- 970,7	+ 6,9 %
davon Krankenversicherung	- 206,6	- 225,0	- 8,2 %
davon Lebensversicherung	- 404,1	- 370,7	- 9,0 %
Kostenquote (nach Rückversicherung)	27,4%	29,4%	-
Combined Ratio (nach Rückversicherung)	93,7%	97,8%	-
Kapitalanlageergebnis	648,0	505,4	+ 28,2 %
Ergebnis vor Steuern	382,3	57,1	+ 570,0 %
Periodenergebnis	317,9	24,3	+ 1.209,3 %
Konzernergebnis	314,7	19,4	+ 1.521,7 %
Return on Equity	9,3 %	0,6 %	-
Kapitalanlagen	21.785,0	22.319,2	- 2,4 %
Eigenkapital	3.303,6	3.450,1	- 4,2 %
Eigenkapital inklusive Anteilen ohne beherrschenden Einfluss	3.323,3	3.474,8	- 4,4 %
Versicherungstechnische Rückstellungen im Eigenbehalt ⁴⁾	23.610,9	23.796,8	- 0,8 %
Bilanzsumme	31.547,8	31.908,0	- 1,1 %
Anzahl der Versicherungsverträge	26.008.281	25.058.554	+ 3,8 %
Durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter:innen (FTE)	14.849	13.408	+ 10,7 %

¹⁾ Inklusive Aufwendungen für Gewinnbeteiligung und Prämienrückgewähr

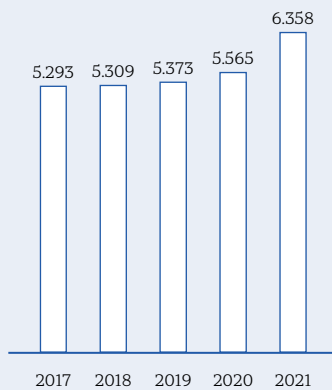
²⁾ Inklusive Aufwendungen für die (latente) Gewinnbeteiligung

³⁾ Abzüglich Rückversicherungsprovisionen und Gewinnanteilen aus Rückversicherungsabgaben

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

Verrechnete Prämien

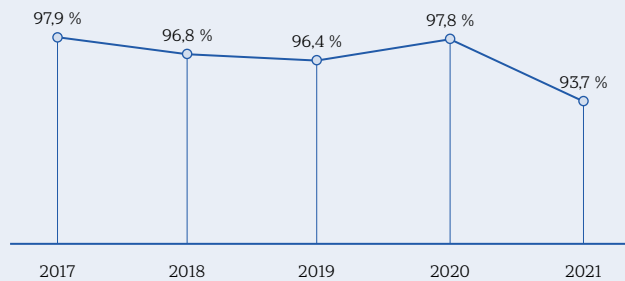
in Millionen Euro



(Inklusive Sparanteilen der fonds- und der indexgebundenen Lebensversicherung)

Combined Ratio

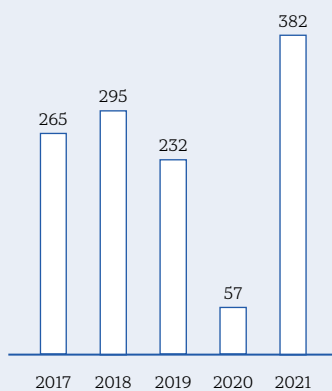
in Prozent



(Inklusive Sparanteilen der fonds- und der indexgebundenen Lebensversicherung)

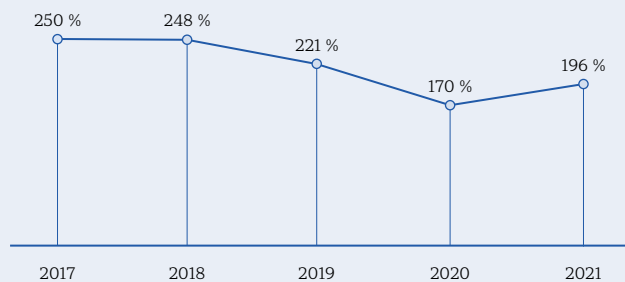
Ergebnis vor Steuern

in Millionen Euro



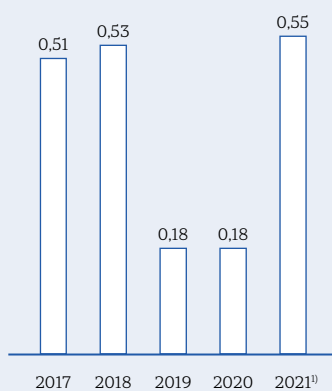
Regulatorische Kapitalquote (SCR)

in Prozent



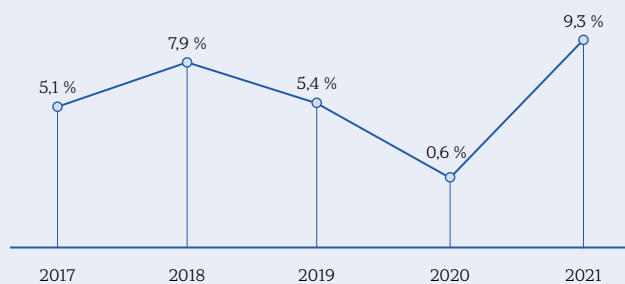
Dividende je Aktie

in Euro



Return on Equity

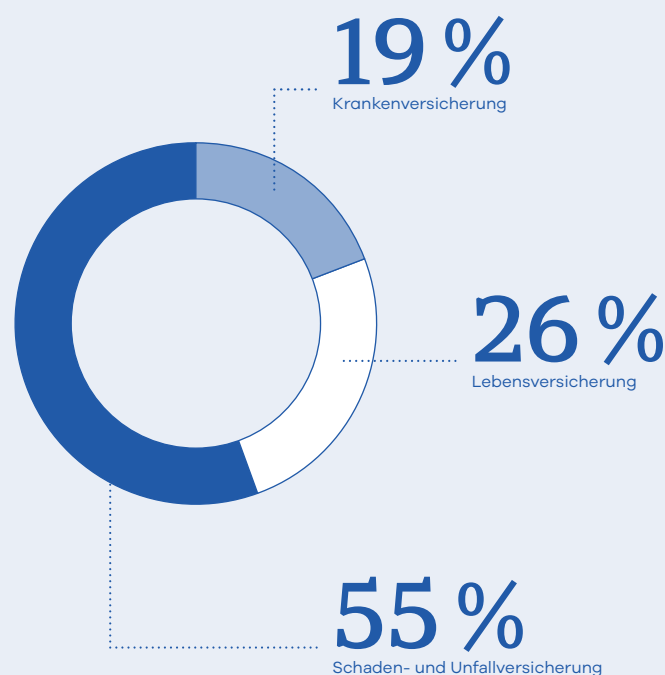
in Prozent



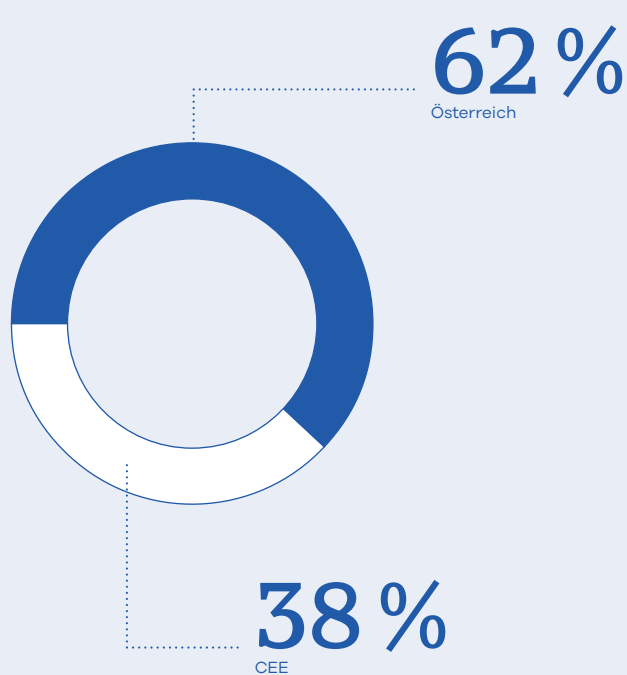
¹⁾ Vorschlag an die Hauptversammlung

Die UNIQA Group ist eine der führenden Versicherungsgesellschaften in ihren Kernmärkten Österreich und Zentral- und Osteuropa (CEE). Rund 22.400 Mitarbeiter:innen und exklusive Vertriebspartner:innen betreuen in 18 Ländern knapp 16 Millionen Kund:innen. In Österreich ist UNIQA mit einem Marktanteil von rund 21 Prozent die zweitgrößte Versicherungsgruppe. In der Wachstumsregion CEE ist UNIQA in 15 Märkten zu Hause: Albanien, Bosnien und Herzegowina, Bulgarien, Kosovo, Kroatien, Montenegro, Nordmazedonien, Polen, Rumänien, Russland, Serbien, Slowakei, Tschechien, Ukraine und Ungarn. Darüber hinaus zählen auch Versicherungen in der Schweiz und Liechtenstein zur UNIQA Group.

Ausgewogenes Portfolio ...



... in den Kernmärkten Österreich und CEE



Prämienverteilung

Highlights 2021	2
Brief des CEO	4
Ukraine: Unser Herz schlägt blau-gelb	6
Unternehmen	8
Mission	9
Märkte	10
Group Executive Board	12
Strategie	14
UNIQA 3.0 – Seeding the Future	16
Kund:innen im Fokus	21
AXA-Integration	24
Kostenreduktion Österreich	25
Neue Geschäftsfelder	26
Unsere Mitarbeiter:innen	27
Kapitalmarkt	30
Marktumfeld	32
Attraktives Investment	33
Solide finanziert	35
Corporate Governance	36
Corporate-Governance-Bericht	37
Bericht des Aufsichtsrats	48
Performance 2021	52
Nichtfinanzieller Bericht	54
Konzernlagebericht	74
Konzernabschluss	94
Erläuterungen zum Konzernabschluss	101
Risikobericht	172
Bestätigungsvermerk	189
Service	194
Glossar	195
Kennzahlenüberblick 2017–2021	200
Impressum	201

gemeinsam besser leben

Ein ausgezeichnetes **Geschäftsjahr 2021** hat uns bis Ende Februar mit ungetrübtem Optimismus in die Zukunft blicken lassen. Unser Kerngeschäft lief stark, und bei der Umsetzung unserer neuen Strategie „UNIQA 3.0 – Seeding the Future“ ist uns schon im ersten Jahr vieles gelungen – von der Effizienzsteigerung in Österreich bis hin zur erfolgreichen Integration der ehemaligen AXA-Gesellschaften in Polen, Tschechien und der Slowakei. Wir waren stolz auf das, was wir 2021 gemeinsam erreicht haben.

Kurz darauf war vieles anders. Der **Angriff Russlands auf die Ukraine** hat nicht nur eine humanitäre Katastrophe ausgelöst, sondern auch wirtschaftliche Turbulenzen, die ihre Spuren noch lange hinterlassen werden. Für uns stand in dieser Situation die bedingungslose Unterstützung unserer ukrainischen Mitarbeiter:innen und Kund:innen an erster Stelle. Die Welle an Solidarität und Hilfsbereitschaft innerhalb der UNIQA Community war und ist beeindruckend – auch darauf dürfen wir gemeinsam stolz sein.

Mit dieser Erfahrung begegnen wir den aktuellen Herausforderungen gemeinsam voller Kraft, Zuversicht und Entschlossenheit. **UNIQA – gemeinsam besser leben.**

Highlights 2021

Green Bond für klimaschonende Projekte:

Anleihen über 375 Millionen Euro neu emittiert

Mit mehr als 1 Milliarde Euro an nachhaltigen Investments und dem Ziel, bis 2040 klimaneutral zu sein, zählt unsere Gruppe zu den Vorreitern in der österreichischen Versicherungsbranche. Nach der ersten grünen Anleihe für klimaschonende Projekte im Jahr 2020 emittierte UNIQA im Dezember 2021 einen weiteren

Fusion mit AXA-Tochtergesellschaften in CEE erfolgreich abgeschlossen

Es war die größte Akquisition einer österreichischen Versicherungsgruppe in CEE und mit rund 1 Milliarde Euro der größte Unternehmenszukauf in unserer Geschichte. Die Integration der ehemaligen AXA-Gesellschaften in Polen, Tschechien und der Slowakei läuft seither auf Hochtouren, im September 2021 erfolgte der Legal Merger. Die ersten positiven Synergieeffekte zeigten sich noch im selben Jahr. Durch den Zuwachs von fünf Millionen Kund:innen mit rund 800 Millionen Euro Prämie sind wir auf Platz fünf der Top-Versicherungsunternehmen in CEE aufgerückt – mit Prämieinnahmen von über 2,3 Milliarden Euro.

Neue UNIQA Kampagne: „gemeinsam besser leben“

Unsere neue Kampagne „gemeinsam besser leben“ verdeutlicht die Vision unserer Zukunftsstrategie UNIQA 3.0 – Seeding the Future. UNIQA möchte die Menschen auf dem Weg in ein besseres Leben begleiten und ihnen zeigen, dass sie dabei nicht alleine sind. Risiken werden nicht einem Einzelnen aufgebürdet, sondern gemeinsam getragen – damit baut unsere neue Kampagne auf dem Grundgedanken des Versicherungsprinzips auf. Allerdings gehen wir mit der Zukunftsstrategie UNIQA 3.0 noch einen Schritt weiter und bieten nicht nur Schutz vor Schaden, sondern auch innovative Services und Leistungen an. Auf diese Weise unterstützt und begleitet UNIQA Menschen darin, ihre eigene Verantwortung wahrzunehmen.

Green Bond, der bei Investor:innen auf große Resonanz stieß. Die endfällige Anleihe hat eine Laufzeit von 20 Jahren und weist ein Rating von BBB aus, der Kupon beträgt 2,375 Prozent pro Jahr. Parallel mit dieser Emission haben wir nachrangige Anleihen im Volumen von 375 Millionen Euro mit Kupons von 6,875 und 6,000 Prozent zurückgekauft. UNIQA ist als bisher einziges Versicherungsunternehmen in Österreich Partnerin der Net-Zero Asset Owner Alliance. Wir verpflichten uns damit zu einer detaillierten Berichterstattung zu Fortschritten im Bereich der nachhaltigen Veranlagung.

Doppeltes Wachstumskapital für mutige Zukunftsinvestments

Von 75 auf 150 Millionen Euro verdoppelt haben wir 2021 das Investitionsvolumen, das der Venture-Capital-Gesellschaft der UNIQA Group künftig zur Verfügung steht. Mit über 30 Beteiligungen, fünf Exits, einem Unicorn und einer soliden jährlichen Rendite von mehr als 20 Prozent zählt UNIQA Ventures bereits jetzt zu den aktivsten Corporate Venture Capital Fonds in Europa. Und dank des verdoppelten Investitionsvolumens können nun weitere europäische Start-ups mit Wachstumskapital unterstützt werden. Der Fokus liegt dabei weiterhin auf den Bereichen Fintech, Insurtech und Digital Health.

SanusX wächst weiter

Weiter auf Expansionskurs befindet sich mit gleich zwei Akquisitionen im Jahr 2021 SanusX. Das im April 2020 gegründete Tochterunternehmen treibt die Entwicklung der UNIQA Group zu einer holistischen Gesundheitsanbieterin voran. Mit der Übernahme von consentiv, dem österreichischen Marktführer für betriebliche mentale Gesundheitsvorsorge, und einer 39-Prozent-Beteiligung an der auf Hauskrankenpflege und -betreuung spezialisierten cura domo Holding erschloss SanusX kurz nach der erfolgreichen Markteinführung des SanusX Health Shield für den Covid-19-Nachweis zwei weitere attraktive Geschäftsfelder. Das gemeinsame Ziel: die bestehende Beratungstätigkeit aus- und smarte Vorsorgelösungen aufzubauen.

myUNIQA plus:

Neuer Vorteilsclub für österreichische UNIQA Kund:innen mit Jahresbonus

Seit August 2021 steht unseren Kund:innen mit myUNIQA plus ein vollkommen neues, innovatives Bonus- und Kundenbindungsprogramm zur Verfügung. Einer der vielen Vorteile: Bei myUNIQA plus bekommen schadensfreie Kund:innen jährlich bis zu 600 Euro ihrer Jahresprämie zurück. Die angeschlossene myUNIQA App soll ihren Nutzer:innen vor allem den Alltag erleichtern: Sie können jederzeit alle Verträge abrufen, Arzt- und Medikamentenrechnungen einreichen sowie Haushaltsschäden online

melden. Daneben besteht auch die Möglichkeit einer kostenlosen Registrierung für Unwetterwarnungen. Das Angebot von myUNIQA plus wird nun laufend erweitert. Einzige Teilnahmevoraussetzung: UNIQA Produkte mit einer entsprechenden Prämienchwelle sowie die Nutzung der myUNIQA App und des myUNIQA Portals.

Post-COVID-Check von UNIQA Österreich stößt auf enorme Nachfrage

Knapp 1.000 Buchungen für den Post-COVID-Check von UNIQA gingen nach dessen Launch innerhalb eines einzigen Monats ein. Dieser Andrang bestätigt den hohen Bedarf im Kampf gegen Long Covid. Immerhin leiden bis zu 20 Prozent der Genesenen weiter unter den Nachwirkungen einer Covid-19-Erkrankung. Rund 570.000 Versicherten mit Folgebeschwerden sowie allen betroffenen UNIQA Mitarbeiter:innen in Österreich bot UNIQA deshalb als erste private Krankenversicherung einen Post-COVID-Check an. Damit konnten wir Menschen mit Long-Covid-Symptomen umfassende Gesundheitschecks – inklusive Herzultraschall, (Ruhe-)EKG, Blutuntersuchung, Antikörper- und Lungenfunktionstest – ermöglichen, und das an 30 Standorten in ganz Österreich.

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

in unsicheren Zeiten geben klare Worte die notwendige Orientierung. Nicht immer Sicherheit, aber zumindest Orientierung. Dieser kurze Brief an Sie beinhaltet deshalb zwei einfache Botschaften:

- Alles, was UNIQA selber in der Hand hat, läuft derzeit nach Plan. Das **exzellente Geschäftsjahr 2021**, das erste unseres neuen Strategieprogramms „UNIQA 3.0 – Seeding the Future“, ist dafür der Beweis. Aber auch in den ersten Wochen des Jahres 2022 verlief unser Kerngeschäft hervorragend.
- Alles, was nicht in unserer Hand liegt – die weitreichenden Konsequenzen des verheerenden Angriffskriegs der Russischen Föderation gegen die Ukraine –, versuchen wir bestmöglich zu managen. Der Verlauf des **Geschäftsjahres 2022**, auf das wir vor wenigen Monaten noch voller Freude und Zuversicht geblickt hatten, ist dadurch naturgemäß mit **erheblichen Unsicherheiten** verbunden. In unserer Verantwortung Ihnen gegenüber schmerzt uns diese Aussage, entspricht aber der gebotenen Aufrichtigkeit.

Deutliche Verbesserung des Kerngeschäfts 2021

Wir wuchsen – unterstützt durch die erstmalige volle Integration der ehemaligen AXA-Gesellschaften in Polen, Tschechien und der Slowakei – über unseren Erwartungen um 14,2 Prozent. Bei einem **Prämienvolumen von 6.358 Millionen Euro** verzeichneten wir einen um zwei Prozentpunkte **verbesserten Kostensatz von 27,4 Prozent** und eine deutlich **reduzierte Combined Ratio von 93,7 Prozent**. Dies trotz der Tatsache, dass sich unsere Zahlungen an Kund:innen für Schäden, die ihnen in Zusammenhang mit Unwettern entstanden sind, auf eine Rekordhöhe von brutto 267 Millionen Euro beliefen und dass auch die Belastung aus Großschäden deutlich über dem langjährigen Durchschnitt lagen. Entlastung hingegen kam weiterhin vom sogenannten Basisschaden, der die ausgezeichnete technische Profitabilität unseres Privatkundengeschäfts widerspiegelt, und von den Beiträgen unserer internationalen Rückversicherungspartner.

Kapitalerträge und Solvenzquote erfreulich

Die **Nettoerträge aus Kapitalanlagen** von 648 Millionen Euro lagen um 143 Millionen Euro oder 28 Prozent über dem Vorjahresniveau. Die drei wichtigsten Gründe dafür waren Realisate aus Aktienfonds und festverzinslichen Wertpapieren von knapp 90 Millionen Euro, Zuschreibungen bei UNIQA Ventures von 27 Millionen Euro und höhere Erträge aus unserer Beteiligung am Baukonzern STRABAG SE von 12 Millionen Euro. Die durchschnittliche Rendite aus unseren Neuveranlagungen (insgesamt etwa 1,8 Milliarden Euro) stieg von 2,07 Prozent auf 2,3 Prozent. Unsere regulatorische Kapitalquote nach Solvency II stieg spürbar von 170 Prozent auf 196 Prozent.

Am **Green Deal der Europäischen Union** arbeiten wir aktiv und engagiert mit. Nach dem Beitritt zur globalen Net Zero Asset Owner Alliance haben wir uns in Österreich auch für die Aufnahme in die vom Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie (BMK) initiierte Green Finance Alliance beworben. Innerhalb unseres Unternehmens gibt es ein spürbar rasch wachsendes persönliches Interesse vieler Kolleg:innen an diesem Thema, wiewohl wir den gesamten Ressourcenbedarf für das Umsetzen aller Ziele noch nicht detailliert genug abschätzen können.

„Der russische Angriffskrieg in der Ukraine ist das absolute Gegenteil dessen, wofür wir stehen: **gemeinsam besser leben.**“

„Wir blicken auf ein ausnehmend erfolgreiches Jahr 2021 mit einer starken Performance im Kerngeschäft, guten Ergebnissen in der Veranlagung und einer sehr zufriedenstellenden Entwicklung unserer Profitabilität zurück.“

Jahresergebnis 2021 liegt über der Gewinnprognose, Dividende auf Vor-Corona-Niveau

Das **Ergebnis vor Steuern** beträgt 382 Millionen Euro und liegt damit nochmals deutlich über der im Sommer bereits angehobenen Gewinnprognose von 330 bis 350 Millionen Euro. Das – bei einer Steuerquote von 17 Prozent verbleibende – **Jahresnettoergebnis** von 315 Millionen Euro erlaubt uns, der Hauptversammlung im Mai eine Dividende vorzuschlagen, die mit **55 Cent pro Aktie** an das Vor-Corona-Niveau des Geschäftsjahres 2018 (53 Cent pro Aktie) anknüpft. Die Payout Ratio beträgt 53,5 Prozent und liegt damit innerhalb unserer strategischen Bandbreite von 50 bis 60 Prozent.

Das Geschäftsjahr 2021 war eines der besten unserer Unternehmensgeschichte, vielleicht sogar unser bestes überhaupt. Wir haben uns darüber gefreut und waren stolz.

Der Krieg im Osten

Sieben Wochen später war alles anders. Der Angriff der Russischen Föderation auf die benachbarte Ukraine am 24. Februar 2022 verursachte eine humanitäre Katastrophe, die fassungslos macht und angesichts derer wirtschaftliche Konsequenzen verblassen – auch wenn Letztere über viele Jahre hinweg noch ihre globalen Spuren hinterlassen werden.

UNIQA Ukraine ist die zweitgrößte Versicherung des jungen Landes. Mit Begeisterung, Stolz und Disziplin servieren unsere 850 Kolleg:innen etwa 1,2 Millionen Kund:innen zwischen Lwiw im Westen und Charkiw im Osten und erwirtschaften rund 100 Millionen Euro an Prämien. Noch Wochen nach dem Beginn des Kriegs waren wir, soweit technisch möglich, für unsere Kund:innen im Einsatz, registrierten Schadensmeldungen, zahlten Leistungen aus und leisteten rund um die Uhr Hilfe im Rahmen unseres medizinischen Callcenters.

Wien, im April 2022

Mit freundlichen Grüßen

Her

A. Vetter

Andreas Brandstetter

im Namen des Vorstandsteams



Unser Herz schlägt blau-gelb

Der militärische Angriff der Russischen Föderation auf die Republik Ukraine ist eine humanitäre Tragödie für die Menschen in der Ukraine und eine Gefahr für Demokratie und Frieden in Europa. Die aktuelle Situation macht uns als europäische Versicherungsgruppe sehr betroffen, und unsere uneingeschränkte Solidarität gilt der ukrainischen Bevölkerung. Da wir unsere Kolleg:innen in der Ukraine seit vielen Jahren persönlich kennen und schätzen, ist es selbstverständlich für uns, sie in dieser schwierigen Zeit bestmöglich zu unterstützen. Wir alle sind eine Gemeinschaft über Staatsgrenzen hinweg und zeigen gerade in dieser schwierigen Zeit eine beeindruckende Solidarität. An erster Stelle liegt unser aller Fokus dabei auf humanitärer Hilfe.

UNIQA betreut in der Ukraine 1,3 Millionen Kund:innen. Wir sind die Nummer zwei im Markt und verfügen über ein Team von rund 850 Mitarbeiter:innen. Trotz schwerer Kriegsschäden an mehreren unserer Büros im ganzen Land ist UNIQA Ukraine weiterhin operativ tätig. Unsere Mitarbeiter:innen arbeiten seit Kriegsbeginn unter schwierigsten Bedingungen aus dem Homeoffice, wir zahlen Schäden und Leistungen rasch aus und betreuen unsere Kund:innen flächendeckend auch psychologisch, etwa über ein medizinisches Callcenter.

Um unsere Aktivitäten effizient zu koordinieren und UNIQA auf alle möglichen Szenarien vorzubereiten, wurde ein gruppenweites Krisenteam unter Leitung von zwei Vorstandsmitgliedern

der UNIQA Group geschaffen. Das Krisenteam ist für die Analyse der Lageentwicklung und für die Vorbereitung bzw. Koordination unserer Hilfsmaßnahmen zuständig. Dazu stehen wir in kontinuierlichem Austausch mit unseren Kolleg:innen vor Ort sowie mit allen relevanten offiziellen Stellen.

Keine Investments mehr in Russland

Unter dem Eindruck der Kriegshandlungen hat die UNIQA Group beschlossen, sämtliche Investitionen im russischen Versicherungsmarkt mit sofortiger Wirkung zu stoppen. Mit dieser Entscheidung reagieren wir auf den militärischen Angriff Russlands auf die Ukraine und die damit verbundenen Verletzungen der UN-Charta.

„Wir fahren mit nur zwei Koffern fort, ohne zu verstehen, was vor sich ging. Es dauerte etwas, bis die Einsicht kam: Es ist Krieg.“

Igor Chopey, Head of partner programs, Retail

„Wir stehen für ein Leben in Freiheit, ein Leben frei von Terror und Dunkelheit. Wir sind allen, die uns unterstützen, für ihren Einsatz dankbar.“

Vira Purdik, Product Marketing

„Krieg ist der Schrecken einer fliegenden Rakete gefolgt vom Schmerz des andauernden Verlusts.“

Viktoriya Ivanova, Head of Chernihiv Regional Office

„Unser Leben wurde in ein ‚Vorher‘ und ein ‚Nachher‘ geteilt. Früher haben wir andere Dinge für wichtig gehalten, heute bedeutet ein Anruf von Bekannten die Welt für uns.“

Iryna Kriuchkova, Head of regional sales, Retail

„Wir konnten bisher aus jeder Krise gestärkt hervorgehen und werden auch diesmal nicht aufhören, für unsere Unabhängigkeit und Demokratie zu kämpfen.“

Yurii Trebenkov, Head of Odessa Regional Office

Umfangreiche Hilfsaktivitäten

Unmittelbar mit Beginn der Kriegshandlungen haben wir eine Reihe von Initiativen gestartet, um die schwer betroffene ukrainische Bevölkerung ebenso wie unsere Kolleg:innen humanitär zu unterstützen:

- **UNIQA Helping Hands:** Gemeinsam mit der Caritas Österreich und dem Österreichischen Roten Kreuz haben wir eine Spendeninitiative gestartet. Die hier gesammelten Beträge werden über unsere Partner direkt im Krisengebiet für die Hilfe vor Ort verwendet. Zusätzlich zu den eingenommenen Spenden der UNIQA Community wird UNIQA insgesamt eine Million Euro an diese Partnerorganisationen spenden. Zu Redaktionsschluss dieses Berichts belief sich das Spendenvolumen insgesamt bereits auf 1,4 Millionen Euro.

- **Hilfe für Mitarbeiter:innen in der Ukraine:** Zur Unterstützung der Mitarbeiter:innen vor Ort haben wir ein umfassendes Netzwerk gebildet. Alle Personen im Unternehmen, inklusive des lokalen Management Boards, sind über verschiedene Kanäle miteinander verbunden, um schnell gegenseitige Unterstützung organisieren zu können. Alle Mitarbeiter:innen in der Ukraine erhielten ihre Gehälter für Februar und März im Voraus bezahlt. Einige unserer Mitarbeiter:innen vor Ort unterstützen außerdem lokale Zivilorganisationen und können dies selbstverständlich auch in ihrer Arbeitszeit tun.

- **Hilfe für Mitarbeiter:innen auf der Flucht:** Mehr als 300 ukrainische UNIQA Mitarbeiter:innen bzw. deren Familienangehörige sind bislang aus ihrem Heimatland geflohen. An allen Grenzübergängen werden sie von Freiwilligen der lokalen UNIQA Gesellschaften in Empfang genommen, in Übergangsquartiere gebracht und umfassend versorgt. UNIQA Polen sowie unsere slowakischen, ungarischen und rumänischen

Kolleg:innen setzen durch ihre Hilfe direkt an den Grenzen zur Ukraine ein beeindruckendes Zeichen der gruppenweiten Solidarität. In Polen haben wir Unterkünfte, finanzielle Unterstützung sowie psychologische und rechtliche Hilfe für unsere ukrainischen Kolleg:innen und ihre Familien vorbereitet. Unsere Helpline für Bedürftige ist rund um die Uhr erreichbar, zusätzlich bieten über 100 Mitarbeiter:innen und Freiwillige ihre Wohnungen oder andere Formen der Unterstützung an, so etwa den Transport der Flüchtlinge an ihren Bestimmungsort. Derzeit können wir Unterkünfte für bis zu 145 Personen bieten.

- **Lichtermeer am UNIQA Tower:** Neben unserer Hilfe vor Ort und der Spendensammlung im Rahmen von UNIQA Helping Hands setzen wir noch ein weiteres leuchtendes Zeichen: Ab sofort erhellt jeden Abend ein Lichtermeer unseren UNIQA Tower im Herzen von Wien. Das Lichtermeer ist ein Symbol der Hoffnung und soll den Ukrainer:innen unsere tiefe Anteilnahme ausdrücken.

Facts & Figures 2021

Angaben in Millionen Euro	Ukraine	Russland
Prämienvolumen	109,6	73,7
Ergebnis vor Steuern	10,5	15,7
Bilanzsumme	143,4	332,0
IFRS-Eigenkapital	41,2	29,1
Aktiv im Markt seit	2006	2009
Kund:innen (Anzahl)	1,3 Mio.	0,5 Mio.
Mitarbeiter:innen (FTE)	847	110



Wofür wir stehen: **gemeinsam besser leben**

Seit 1811 vertrauen uns Menschen und versichern sich bei uns. Unsere Aufgabe ist seither unverändert: Risiken, welche die oder der Einzelne alleine nicht tragen kann, werden auf die Schultern unserer Gemeinschaft verteilt. Wir setzen auf diese vereinte Kraft unserer Gemeinschaft, um im Leben unserer Kund:innen einen Unterschied zu machen und ihnen Leistungen anzubieten, die über eine reine Schutzfunktion hinausgehen.

Als Betreuer:innen einer Gemeinschaft von knapp 16 Millionen Menschen in 18 Ländern verstehen wir es als unseren Auftrag, das Leben unserer Kund:innen und das ihrer Nächsten als verlässliche Begleiter:innen, als Inspiring Coaches mit innovativen Angeboten und täglich relevanten Services zu verbessern und gleichzeitig unsere vereinte Kraft genauso für die nachhaltige, verantwortungsbewusste Entwicklung unserer Gesellschaft und Umwelt einzusetzen.

Bestens positioniert in Österreich und CEE

Erstklassiger Service für knapp 16 Millionen Kund:innen in Österreich und Zentraleuropa ist die Basis für Erfolg und Zukunftspotenzial der UNIQA Group. Während wir in Österreich, unserem Heimatmarkt, traditionell fest verankert sind, setzen wir in Zentraleuropa auf einen konsequenten Wachstumskurs. Gerade die Integration der ehemaligen AXA-Gesellschaften in Polen, der Slowakei und Tschechien hat unsere Marktposition in dieser vielversprechenden Region im vergangenen Jahr erheblich gestärkt.

Österreich: starke Marke, starke Position

In unserem Heimatmarkt Österreich sind wir seit mehr als 200 Jahren im Versicherungsgeschäft aktiv. Mit einem Marktanteil von rund 21 Prozent liegen wir heute an zweiter Stelle aller heimischen Versicherer, in der Krankenversicherung sind wir die Nummer eins. Direkt oder gemeinsam mit unserer Bank- und Vertriebspartnerin Raiffeisen betreuen wir in Österreich 3,7 Millionen Kund:innen.

Bestimmende Elemente unserer guten Marktposition sind innovative Produkte, ein schlagkräftiger Vertrieb sowie die bestens verankerten Marken UNIQA und Raiffeisen. Die seit vielen Jahren solide Konjunktorentwicklung und ein umsichtiger Regulator eröffnen auch für die Zukunft gute Perspektiven. Denn nach wie vor besteht im österreichischen Versicherungsmarkt Potenzial: Im Schnitt geben die Österreicher:innen derzeit 2.020 Euro pro Jahr für Versicherungen aus. Verglichen mit anderen westeuropäischen Ländern ist dies – vor allem angesichts des hohen Lebensstandards hierzulande – immer noch relativ wenig.

CEE: hohes Aufholpotenzial bei der Versicherungsdichte

Weit entfernt von Versicherungsausgaben dieser Höhe ist derzeit noch Zentral- und Osteuropa. Bei einer durchschnittlichen jährlichen Prämie von 231 Euro pro Kopf trägt CEE nach der Integration der ehemaligen AXA-Gesellschaften in Polen, der Slowakei und Tschechien insgesamt knapp 40 Prozent zu den Prämien der UNIQA Group bei. Doch die Region holt auf: In den weiter entwickelten zentraleuropäischen Versicherungsmärkten Polen, Slowakei, Tschechien und Ungarn, die wir als unseren zweiten Kernmarkt definiert haben, liegt die durchschnittliche Prämie pro Kopf bereits bei rund 410 Euro, und das bei steigender Tendenz.

Für UNIQA eröffnet dies attraktives Potenzial: Mit rund 12,1 Millionen Menschen sind bereits drei Viertel unserer

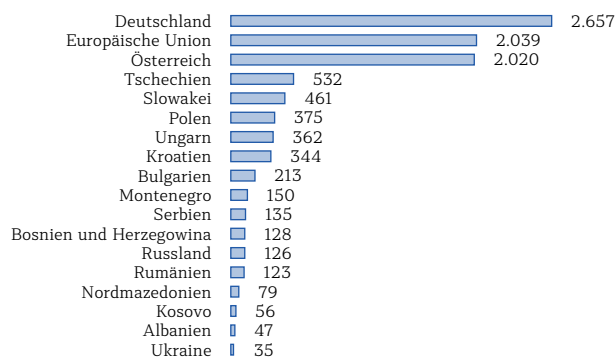
Kund:innen in CEE zu Hause. Diese Region – sie beherbergt ca. 155 Millionen Einwohner:innen – verzeichnet seit Jahren einen beachtlichen wirtschaftlichen Aufschwung. Zwar kam es durch Covid-19 auch hier zu einem merklichen Wirtschaftseinbruch, dennoch entwickelten sich die Versicherungsmärkte der Region insgesamt weitgehend stabil und konnten im Lauf des Jahres 2021 wieder deutlich an Fahrt aufnehmen. Langfristig erwarten wir – trotz aller Herausforderungen in dieser Region – einen kontinuierlichen Anstieg der Versicherungsdichte in den kommenden Dekaden.

Denn mit immer höherem Wohlstand treten neben die Kfz-Haftpflichtversicherung, die traditionell das größte Volumen in CEE repräsentiert, vermehrt auch Versicherungen für Wohnung und Eigenheim sowie Produkte für den personenbezogenen Schutz wie Unfall- und Krankenversicherungen.

Um dieses Wachstumspotenzial zu nutzen, setzen wir auch in CEE auf einen starken Vertrieb und auf unsere bewährte Partnerschaft mit Raiffeisen sowie mit der Addiko Gruppe auf dem Balkan und der mBank in Polen.

CEE: Region mit großem Wachstumspotenzial

Versicherungsausgaben pro Kopf und Jahr in Euro





15,8 Mio.

Kund:innen

Der Pin zeigt die Marktposition im jeweiligen Land.

¹⁾ Die Marktposition in Russland bezieht sich nur auf die Lebensversicherung.

3,7 Mio.

Kund:innen in Österreich

7,4 Mio.

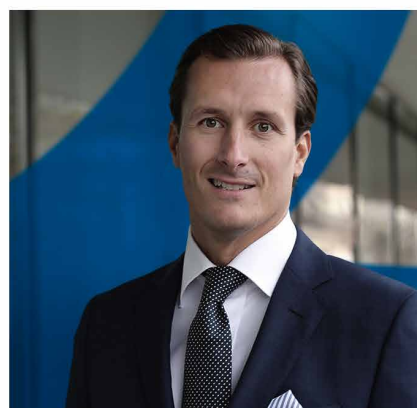
Kund:innen in CE

4,7 Mio.

Kund:innen in EE, SEE und Russland

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

Group Executive Board



Erik Leyers (52)

gehört dem Vorstand seit 2015 an und ist für Data & IT verantwortlich. Der promovierte Volkswirt startete seine berufliche Laufbahn als wissenschaftlicher Assistent in München, bevor er 2001 als Berater und Projektmanager zu McKinsey wechselte. Ab 2003 war er in leitender Funktion bei der Allianz Gruppe für die Bereiche Geschäftsentwicklung, Shared Services und den globalen Non-IT- und IT-Einkauf verantwortlich. Erik Leyers absolvierte postgraduale Weiterbildungen an der Harvard Business School.

Wolfgang Kindl (55)

verantwortet seit Jänner 2020 den Bereich Kunde & Markt International. Seit 1996 für den UNIQA Konzern tätig, leitete Kindl von 2000 bis 2004 unsere Schweizer Tochtergesellschaft in Genf und fungierte ab 2005 als Geschäftsführer der UNIQA International AG. 2011 wurde er in den Konzernvorstand berufen und leitete als Vorstandsvorsitzender die UNIQA International AG. Wolfgang Kindl absolvierte ein Studium der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften sowie ein Postgraduate-Studium in Environmental Management. Darüber hinaus besuchte er postgraduale Weiterbildungen am IMD in Lausanne sowie an der Harvard Business School.

René Knapp (39)

gehört dem Vorstand seit Jänner 2020 an und ist hier für das Ressort Human Resources, Marke und Nachhaltigkeit verantwortlich. Der studierte Mathematiker und anerkannte Aktuar startete im Jahr 2007 bei UNIQA und übernahm 2010 den Bereich Lebensversicherung Mathematik. Ab 2012 leitete er den Bereich Group Actuarial, der ab 2015 um das Risk Management und später noch um das Security Management erweitert wurde. Neben seiner Tätigkeit für UNIQA setzt sich René Knapp nicht nur als Mitglied des Vorstands der Aktuarsvereinigung Österreichs (AVÖ) und des Risikomanagementkomitees der Actuarial Association of Europe (AAE) für den Berufsstand der Aktuar ein, sondern nahm auch immer wieder Gastprofessuren an der Universität Salzburg wahr. Zudem absolvierte er Executive-Programme an der Harvard Business School und an der Sloan School of Management (MIT).

Klaus Pekarek (65)

ist seit Jänner 2020 für den Bereich Kunde & Markt Bank Österreich verantwortlich. Für den UNIQA Konzern tätig ist er, seit er 2009 den Vorstandsvorsitz der Raiffeisen Versicherung AG übernommen hat. Der promovierte Jurist absolvierte auch ein Studium der Betriebswirtschaftslehre und ist zertifizierter Bankkaufmann. Seinen Berufseinstieg hatte er als Vertragsassistent für Finanz- und Wirtschaftsrecht an der Universität Graz und Klagenfurt. 1984 übernahm Klaus Pekarek die Leitung der Rechts- und Revisionsabteilung der Raiffeisenlandesbank Kärnten, ab 1988 war er deren Vorstandsvorsitzender. Außerdem absolvierte er eine postgraduale Weiterbildung an der Harvard Business School.

Andreas Brandstetter (52)

ist seit 2002 Mitglied des Vorstands und seit 2011 dessen Vorsitzender. Vor seiner Zeit bei UNIQA leitete er das EU-Büro des Österreichischen Raiffeisenverbands in Brüssel. Der promovierte Politikwissenschaftler studierte in Wien und den USA (University of California, San Diego) und absolvierte einen Executive MBA an der California State University, Hayward/IMADEC. Darüber hinaus besuchte Andreas Brandstetter postgraduale Weiterbildungen an der Stanford Graduate School of Business sowie an der Harvard Business School. Im Mai 2018 wurde er zum Präsidenten von Insurance Europe, der Interessenvertretung der europäischen Versicherungen und Rückversicherungen in Brüssel, gewählt.

Peter Eichler (60)

ist seit 1999 als Mitglied des Vorstands in verschiedenen Gesellschaften der Gruppe tätig, seit 2020 verantwortet er gruppenweit die Personenversicherung und das Asset-Management. Er ist Vorsitzender der Sektionen Kranken- und Lebensversicherung im Verband der Versicherungsunternehmen Österreichs (VVO). Neben dem Studium der Handelswissenschaften absolvierte Peter Eichler auch ein Studium der Rechtswissenschaften an der Universität Wien. An der Universität St. Gallen und an der Harvard Business School schloss er zudem Executive-Programme ab.

Kurt Svoboda (54)

ist seit Juli 2011 im Konzernvorstand für die Bereiche Finanz- und Risikomanagement zuständig. Von Dezember 2017 bis Juni 2020 war er zusätzlich CEO der UNIQA Österreich Versicherungen AG. Seine Karriere startete er im Jahr 1992 bei KPMG Austria GmbH, bevor er nach Leitungsfunktionen bei der Wiener Städtischen Gruppe (heute VIG) und der AXA Versicherung AG im Jahr 2003 als Geschäftsführer der UNIQA Finanz Service GmbH in den Konzern eintrat. Kurt Svoboda studierte Betriebswirtschaft mit den Schwerpunkten Internationale Steuerlehre und Versicherungsbetriebslehre und absolvierte einen internationalen Managementlehrgang (IMEA) an der Universität St. Gallen sowie postgraduale Weiterbildungen an der Stanford Graduate School of Business und der Harvard Business School.

Peter Humer (50)

ist seit Jänner 2020 für den Bereich Kunde & Markt Österreich verantwortlich. Der promovierte Sozial- und Wirtschaftswissenschaftler startete 1996 seine berufliche Laufbahn bei UNIQA im Vertrieb, gefolgt von unterschiedlichen nationalen und internationalen Positionen im Konzern. 2009 übernahm er die Funktion des Landesdirektors in Salzburg sowie eines Vorstandsmitglieds der Salzburger Landes-Versicherung AG. 2017 wurde Peter Humer Vorstandsmitglied für Vertrieb der UNIQA Österreich Versicherungen AG. 2019 absolvierte er eine Weiterbildung an der Harvard Business School.

Wolf Christoph Gerlach (42)

ist seit 2020 für das Ressort Operations zuständig. Der studierte Betriebswirt startete seine Karriere bei der Allianz Gruppe, ab 2008 war er bei UNIQA im Bereich Bankvertrieb International tätig und leitete anschließend von 2010 bis 2012 den Bereich Konzernstrategie. Danach fungierte er für vier Jahre als Chief Operation Officer unserer rumänischen Tochtergesellschaft, bevor er ab 2016 als Retail-Vorstand für UNIQA in Ungarn tätig war. Wolf Christoph Gerlach absolvierte eine postgraduale Weiterbildung an der Harvard Business School.



Was wir sein wollen:

**Mehr als
eine reine
Versicherung**

Unsere Welt steht aktuell vor großen Herausforderungen: Entwicklungen bzw. Ereignisse wie ein brutaler Angriffskrieg in einem unserer Märkte, die Covid-19-Pandemie, der Klimawandel, demografische Veränderungen, zunehmende Naturkatastrophen, die gestiegene Inflation, hohe Energiepreise, Lieferengpässe bei Rohstoffen und Materialien sowie wachsende Schuldenberge fordern Unternehmen und ganze Volkswirtschaften, aber auch jede:n Einzelne:n. Die Frage ist: Wer gibt in einem solchen Szenario Sicherheit? Wer ist vertrauenswürdig?

Dieser Herausforderung stellen wir uns bei UNIQA. Denn Sicherheit ist seit mehr als 200 Jahren unsere Aufgabe. Wir stehen an der Seite unserer Kund:innen und helfen ihnen dabei, ihre eigene Verantwortung wahrzunehmen – in Sachen Gesundheit und Vorsorge ebenso wie beim Schutz ihrer Sachwerte. Damit wir dies auch nachhaltig tun können, müssen wir uns laufend weiterentwickeln. Als Basis und Leitschnur dafür haben wir Ende 2020 das Strategieprogramm UNIQA 3.0 präsentiert. Und sind bei seiner Umsetzung im Jahr 2021 bereits ein gutes Stück vorangekommen.

UNIQA 3.0 – Seeding the Future

Ende 2020 haben wir uns mit dem Strategieprogramm UNIQA 3.0 auf den Weg gemacht, unsere Relevanz und unsere Wirkung im Leben der Menschen nachhaltig zu erhöhen. Denn es reicht nicht aus, einfach nur eine Versicherung zu sein. Wir müssen und wollen mehr sein als das.

Antwort auf die aktuellen Herausforderungen

Das Wachstumsprogramm „UNIQA 3.0 – Seeding the Future“ ist die positive Antwort auf die vielfältigen Herausforderungen, denen sich Gesellschaft, Wirtschaft und Menschen heute gegenübersehen.

Unsere übergeordnete Vision ist es, die Gesundheit und den Wohlstand unserer Kund:innen in diesem Umfeld zu schützen und zu verbessern. Dabei setzen wir auf maximale Kundenorientierung, indem wir uns konsequent an den Bedürfnissen unserer Kund:innen orientieren und Geschäftsfelder weiterentwickeln, die uns mehr positive Berührungspunkte mit ihnen ermöglichen. Gleichzeitig achten wir in allen unseren Tätigkeiten immer stärker auf eine nachhaltige Ausrichtung.

Ambitionierte Ziele ...

Die zwei wesentlichen Handlungsstränge bei der Umsetzung dieser Vision sind die **Optimierung** unseres Kerngeschäfts – neu gegliedert in die Kundensegmente Retail, Corporate & Affinity sowie Bank – einerseits sowie die **Neuerkundung** innovativer Geschäftsfelder, digitaler Geschäftsmodelle und der Aufbau eines Ökosystems im Gesundheitsbereich andererseits.

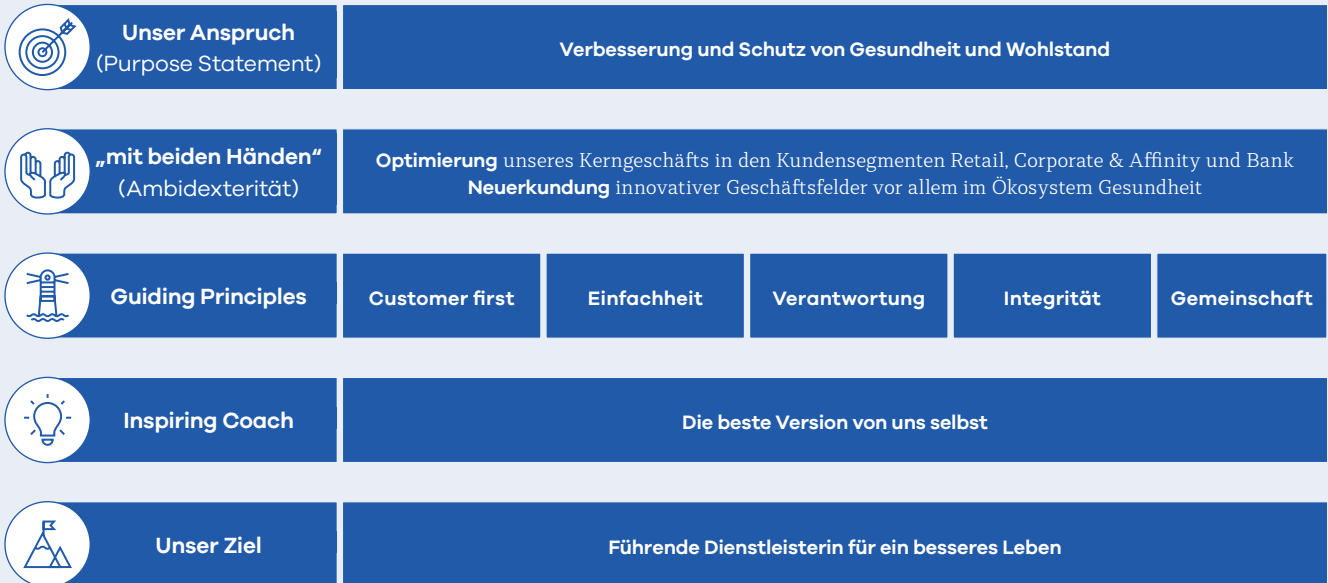
Übergeordnetes Ziel ist es dabei, die **führende Dienstleisterin für ein besseres Leben** zu sein. Weitere Ambitionen sind die Beibehaltung unserer Marktführerschaft in Österreich, der – bereits erreichte – Aufstieg zur Nummer fünf in CEE, Kosteneffizienz und Profitabilität sowie die Positionierung als attraktivste Arbeitgeberin der Branche.

Sehr konkret und ambitioniert sind die im Rahmen von UNIQA 3.0 für 2025 formulierten finanziellen Zielvorgaben: Sie betreffen das Prämienwachstum (rd. 3 Prozent p. a.), die Combined Ratio in der Schaden-/Unfallversicherung (rd. 93 Prozent), den Gesamtkostensatz (rd. 25 Prozent), den Return on Equity (>9 Prozent), die Solvenzquote (>170 Prozent) und die Kundenzufriedenheit (4,5 Sterne von 5). Damit sollten wir in der Lage sein, unsere Kapitalkosten nachhaltig zu verdienen. Dies ermöglicht es uns gleichzeitig, attraktive Dividenden auszuschütten und in die Zukunft zu investieren – positiv sowohl für die Mitarbeiter:innen und Kund:innen unseres Unternehmens wie auch für seine Aktionär:innen. In jedem einzelnen Bereich haben wir bereits 2021 messbare Fortschritte erzielt.

... und klare Prinzipien

Im Verhältnis zu unseren Kund:innen, aber auch im Unternehmen selbst wollen wir stets Inspiring Coaches sein und lassen uns in unserem Tun von fünf klaren Prinzipien leiten: Customer first, Einfachheit, Verantwortung, Integrität und Gemeinschaft.

UNIQA 3.0 auf einen Blick



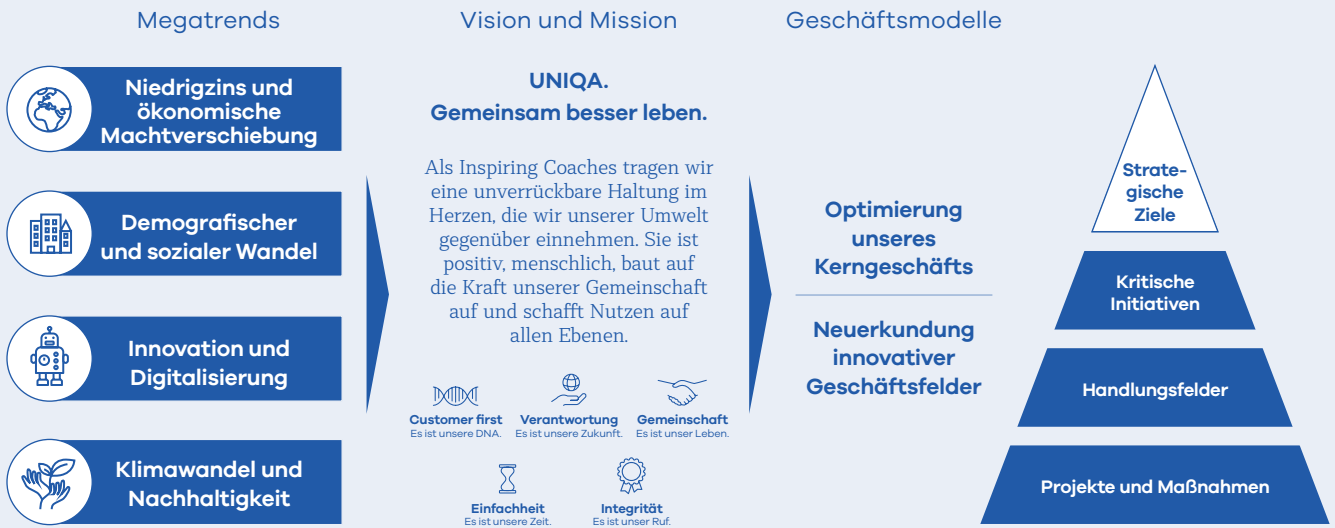
Unsere strategischen Ziele bis 2025



Finanzielle Initiativen UNIQA 3.0

	Finanzielle Kerninitiativen	Operative Erfolgsgrößen	2020	2021	2025
 Wachstum	1. Österreich – Marktführerschaft 2. CEE – Nr. 5 am Markt 3. Neue Geschäftsfelder – SanusX	Prämienwachstum	3,6 %	14,2 %	o 3 % p. a.
 Ertrag	4. Kostenreduktion Österreich und CEE 5. Stärkung Profitabilität – Schaden-/Unfallversicherung 6. Stabilisierung Bestand – Lebensversicherung	Combined Ratio Kostensatz Return on Equity	97,8 % 29,4 % 0,6 %	93,7 % 27,4 % 9,3 %	< 94 % ~ 25 % 8-10 %
 Qualität	7. Starke Solvenzposition 8. Attraktive Dividendenzahlung 9. Beste Dienstleisterin	Solvenzquote Kundenzufriedenheit AT Kundenzufriedenheit CEE	170 % 4,2 4,4	196 % 3,9 4,6	> 170 % ≥ 4,5 ≥ 4,5

UNIQA 3.0 – Ganzheitlicher Ansatz



Strategische Eckfeiler

Bei der Umsetzung von UNIQA 3.0 setzen wir auf eine Standardisierung, Simplifizierung und Skalierung unseres bestehenden Geschäfts sowie auf maximale Effizienzsteigerung und die gezielte Erschließung neuer Geschäftsfelder. Wesentliche strategische Eckfeiler dieses Programms sind:

- **Österreich und CEE – zwei Kernmärkte geschaffen**

Unsere beiden geografischen Kernmärkte bleiben unverändert Österreich und CEE, wo wiederum Polen, Tschechien, die Slowakei und Ungarn im Fokus stehen. Die Länder in Zentraleuropa gewinnen dabei gerade durch die Akquisition und Integration der ehemaligen AXA-Gesellschaften in Polen, Tschechien und der Slowakei deutlich an strategischer Bedeutung.

- **Optimierung und Ausbau des bestehenden Geschäfts**

Im Sinn einer kostenseitigen Restrukturierung und Optimierung haben wir eine Reihe von kritischen Initiativen definiert, die sich mit Themen wie unseren Prozessen, IT und Daten oder Organisationsstruktur ebenso beschäftigen wie mit den von uns angestrebten attraktiven Finanzkennzahlen. In Österreich zielen diese Programme auf eine Absicherung und einen Ausbau der starken Marktposition von UNIQA ab. In CEE wiederum liegt der Schwerpunkt auf der Integration der AXA-Gesellschaften sowie dem weiteren Ausbau des Geschäfts.

- **Gliederung nach Kundenbedürfnissen statt nach Sparten**

Mit 1. Jänner 2021 haben wir alle operativen Versicherungsgesellschaften der UNIQA Group anstelle der bisherigen Spartengliederung nach den Kundensegmenten Retail, Corporate & Affinity sowie Bank-Assurance organisiert. Dies erlaubt uns eine wesentlich fokussiertere Ansprache der einzelnen Kundengruppen über die Grenzen von Produktparten bzw. -familien hinweg und soll neben Effizienzgewinnen und einer weiteren Steigerung von Kundenzufriedenheit und -bindung auch zu Prämienzuwächsen führen.

- **Erschließung attraktiver neuer Geschäftsmodelle: CHERRISK und SanusX**

Bei der Weiterentwicklung unseres Unternehmens setzen wir auch auf zwei vollkommen neue, disruptive Konzepte: die rein digitale, App-basierte Vertriebsplattform CHERRISK für einfache und jederzeit kündbare Reise-, Haushalts- und Unfallversicherungen sowie unser Tochterunternehmen SanusX, das die Entwicklung unserer Gruppe zu einer holistischen Gesundheitsanbieterin vorantreibt.

- **Ertrags- und nachhaltigkeitsorientiertes Asset-Management**

Zur Stützung der laufenden Erträge investieren wir anstelle von Staatsanleihen vermehrt in illiquide Assets mit attraktiveren Renditen, so etwa in Infrastructure Debt & Equity, Private Equity sowie Hypothekendarlehen. Parallel dazu setzen wir auch im Veranlagungsbereich auf eine klare Nachhaltigkeitsstrategie und treiben insbesondere den Ausstieg aus dem Kohlegeschäft konsequent voran – als Investorin ebenso wie als Versicherung. Infrastrukturinvestments in Projekte zur Förderung der Energiewende und die Emission von Green Bonds dienen ebenfalls diesem Ziel.

- **Steigerung des Ertrags für unsere Eigentümer:innen**

Die im Rahmen von UNIQA 3.0 angestrebte Absicherung und Stärkung der finanziellen Position der Gruppe wirkt sich naturgemäß auch auf die Aktionär:innen von UNIQA positiv aus. So können wir unseren Eigentümer:innen eine angemessene Verzinsung des investierten Kapitals und damit auch eine kontinuierlich stabile Dividende bieten.



Effiziente Organisationsstruktur



Kundenzentrierte Prozesse



Höhere Produktivität

Große Fortschritte in der Umsetzung

Unmittelbar nach der Präsentation von UNIQA 3.0 im November 2020 startete auch bereits die Umsetzung der vielfältigen Maßnahmen, mit denen das Programm unterlegt ist. Neben der zügigen Integration der 2020 von AXA erworbenen Gesellschaften in CEE (Details dazu siehe Seite 24) und der konsequenten Umsetzung des Effizienzsteigerungsprogramms in Österreich (siehe Seite 25) konnten wir auch bei zahlreichen anderen Initiativen bereits große Fortschritte verzeichnen.

Während sich die kundenseitigen Aktivitäten im Retailsegment auf die Gestaltung einer herausragenden Kundenreise und auf einfache Produkte konzentrierten, standen im Segment Corporate & Affinity innovative Services und Vertriebswege und im Segment Bank die Themen Marktausbau und Digitalisierung im Vordergrund (weitere Details dazu siehe ab Seite 21). Parallel dazu haben wir im Innenbereich mit Hochdruck an der weiteren Verbesserung unserer Prozesse sowie der Weiterentwicklung unserer IT-Systeme und Daten gearbeitet. Auch hier standen Digitalisierung, Automatisierung und Effizienzsteigerung ebenso im Fokus wie eine Verbesserung des ökologischen Fußabdrucks.

Strategie-Cockpit: konsequente Erfolgskontrolle

Um Fortschritte und Umsetzungsgrad des neuen Strategieprogramms stets im Blick zu behalten, haben wir ein klares und leicht verständliches Steuerungsinstrument entwickelt: das UNIQA 3.0 Strategie-Cockpit. Nach dem ersten Jahr zeigt es in allen Dimensionen von UNIQA 3.0 einen sehr erfreulichen Zwischenstand. So liegen wir bei den geplanten Maßnahmen fast durchwegs im Plan, und die erfolgreiche Umsetzung unserer strategischen Initiativen spiegelt sich wie oben erwähnt bereits in den Ergebnissen wider. Bei den Prämieinnahmen liegen wir in nahezu allen Kundensegmenten sogar über dem Ziel, in Österreich ebenso wie international. Die Gesamtkosten wiederum blieben dank der konsequenten Umsetzung aller Einsparungsmaßnahmen 2021 unter dem Zielwert. Gute Voraussetzungen also für eine ebenso erfolgreiche Fortsetzung von UNIQA 3.0 im laufenden Jahr.

Nachhaltigkeit und ESG als zentrale Anliegen

Nachhaltigkeit ist ein Kern unseres Zukunftsprogramms UNIQA 3.0. Unser Ziel die Klimaneutralität von UNIQA bis 2040. Wir bekennen uns zum Pariser Klimaziel von 1,5 Grad Celsius und sind Mitglied wichtiger internationaler Vereinigungen und Initiativen, darunter die UN Principles for Responsible Investments (PRI) und die Net-Zero Asset Owner Alliance. Unsere ganzheitlich angelegte Nachhaltigkeitsstrategie baut auf eine

nach ESG-Kriterien ausgelegte Veranlagungspolitik, eine an ESG ausgerichtete Produktpolitik, vorbildliche Betriebsführung, transparente Berichterstattung und engagiertes Stakeholder-Management. Bei all diesen Themen sind wir noch nicht dort, wo wir sein wollen, arbeiten aber hart daran. Oberste Priorität hat dabei die Integration des Nachhaltigkeitsgedankens in unser Kerngeschäft.

Fünf Eckpfeiler bilden das Fundament unserer Nachhaltigkeitsstrategie:

Nach ESG-Kriterien
ausgelegte
Veranlagungspolitik

An ESG
ausgerichtete
Produktpolitik

Vorbildhaft
nachhaltige
Betriebsführung

Transparente
Berichterstattung
und unabhängige
Ratings

Engagiertes
Stakeholder-
Management

gemeinsam **besser** leben

Inspiring Coaches für unsere Kund:innen

UNIQA 3.0 formuliert unsere Haltung gegenüber unseren Kund:innen sehr klar: Wir wollen unsere Relevanz und unsere Wirkung im Leben der Menschen nachhaltig weiter erhöhen. Als Inspiring Coaches sind wir verlässliche Begleiter:innen unserer Kund:innen für die Verbesserung ihres Lebens und helfen ihnen damit, ihre eigene Verantwortung wahrzunehmen. Wir machen das besser als alle anderen und haben deshalb den Anspruch, die führende Anbieterin unter den Dienstleistern unserer Branche zu sein.

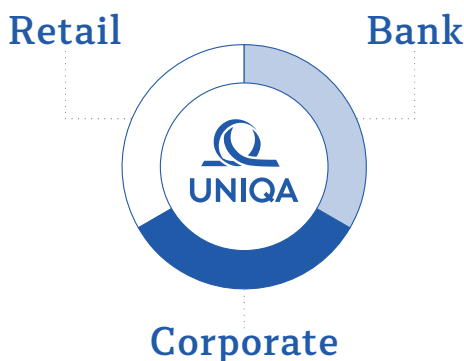
Um diese ambitionierte Vision in die Realität umzusetzen, haben wir die Betreuung unserer Kund:innen mit Jahresbeginn 2021 auf vollkommen neue Beine gestellt und nach Kundensegmenten gegliedert. Eine Fülle von weiteren Maßnahmen hat diese Neuorientierung begleitet, darunter ein Rebranding der gesamten Gruppe und die Neuformulierung unseres Claims: Er lautet nun „gemeinsam besser leben“.

Alle operativen Versicherungsgesellschaften der UNIQA Group sind seit 1. Jänner 2021 anstelle der bisherigen Spartengliederung nach den Kundensegmenten **Retail**, **Corporate** und **Bank** organisiert. Dies erlaubt eine wesentliche fokussiertere Ansprache der einzelnen Kundengruppen über die Grenzen von Produktparten hinweg und soll neben einer weiteren Steigerung der Kundenzufriedenheit auch zu Prämienzuwächsen führen. Die Basis dafür bilden – neben unserer ungebrochen starken Marke UNIQA, der stärksten Versicherungsmarke Österreichs – ein attraktives, gut überblickbares Produktportfolio, transparentes Pricing, länderübergreifende Zusammenarbeit, kundenspezifische Affinity-Programme sowie ein breites Angebot an digitalen Tools und Services.

Ein ganz wesentlicher Baustein für all dies ist die fortschreitende Digitalisierung unseres Geschäfts, an der wir seit 2016 – unterstützt durch massive Investitionen – konsequent arbeiten. Im Vordergrund stehen dabei das Redesign unseres Geschäftsmodells samt allen erforderlichen IT-Systemen sowie digitale Innovationen.

Ausbau der starken Position in Österreich, Wachstum in CEE

Regional betrachtet streben wir in Österreich eine Absicherung und einen Ausbau unserer starken Marktposition, insbesondere im Bereich der Krankenversicherung, eine Stärkung der Profitabilität in der Schaden- und Unfallversicherung sowie eine Stabilisierung des Bestands in der Lebensversicherung an. Gleichzeitig arbeiten wir an einer massiven Kostensenkung und Effizienzsteigerung (siehe auch Seite 25).



In CEE wiederum möchten wir, gestärkt durch die Übernahme der ehemaligen AXA-Gesellschaften in Polen, Tschechien und der Slowakei, das große Potenzial hoher BIP-Wachstumsraten und einer geringen Versicherungsdichte weiterhin gezielt nutzen. Dabei setzen wir auf eine radikale Transformation unseres Geschäftsmodells durch Digitalisierung, erhöhte Vergleichbarkeit, mehr Transparenz, Hybridangebote für verschiedene Kanäle sowie länderübergreifende kundenzentrierte Angebote.

Je nach Kundensegment folgen aus der grundlegenden Neuorientierung unseres Marktzugangs unterschiedliche Detailstrategien und entsprechende Maßnahmen. Vieles davon haben wir bereits 2021 eingeleitet und zum Teil auch schon umgesetzt.

Retail: herausragende Kundenreise

Eine herausragende Kundenreise sowie einfache Produkte bilden unsere obersten Prämissen und Ziele im Retail-Segment. Die Kund:innen wünschen Individualisierung, Transparenz und Flexibilität, und darauf antworten wir mit einer Verschlankeung und Modularisierung unseres Produktportfolios, aber auch mit dynamischem Pricing auf Basis individueller Kundenertragsratings. Gleichzeitig stellen wir uns dem Trend der Urbanisierung mit spezifischen Kundenreisen für typisch urbane Zielgruppen. Parallel dazu haben wir aber auch unsere flächendeckende Präsenz in Österreich durch den Ausbau der GeneralAgenturen optimiert.

Um unseren Kund:innen für unterschiedliche Themenbereiche ganzheitliche Angebote machen zu können, betrachten wir relevante Lebenswelten bewusst holistisch als „Ökosysteme“. Nach dem Ökosystem Gesundheit, in dem wir mit unserem 2020 gegründeten Tochterunternehmen SanusX das gruppenweite Servicespektrum bereits erfolgreich diversifiziert haben (siehe dazu auch Seite 26), sind wir gerade dabei, auch das Thema Wohnen als eigenes Ökosystem zu etablieren. Ein Prototyp dazu ist in Ungarn bereits in Umsetzung.

Bei alledem verändert die fortschreitende Digitalisierung die traditionelle Rolle des Vertriebs. Beispiele dafür sind die UNIQA Customer Platform (UCP), die eine umfassende Betreuung mit 360-Grad-Perspektive im Sinn unserer nahtlosen Omnikanal-Strategie sicherstellt, oder digitale Angebote wie die myUNIQA App, über die unsere Kund:innen jederzeit Informationen abrufen, Schäden melden oder Arzt- und Medikamentenrechnungen einreichen können. Die App, deren Design wir 2021 noch übersichtlicher gestaltet haben, wird bereits von 20 Prozent unserer Kund:innen regelmäßig genutzt. Als sehr erfolgreich erwies sich auch unser neues Vorteils- und Kundenbindungsprogramm myUNIQA plus, das 2021 bereits im ersten Jahr

seines Bestehens 125.000 User:innen gewinnen konnte, viele davon Angehörige der jungen Generation. Mit diesem innovativen neuen Tool setzen wir neue Maßstäbe in Richtung Komplexitätsreduktion und Effizienzsteigerung.

Künstliche Intelligenz nutzen wir aber auch in der Schadenabwicklung, etwa mit dem 2021 neu eingeführten „digitalen Sachbearbeiter“, der die Bearbeitung von Schadenmeldungen massiv beschleunigt. Ein vollkommen neues, disruptives Konzept in diesem Bereich ist CHERRISK – eine rein digitale, App-basierte Vertriebsplattform für einfache und jederzeit kündbare Reise-, Haushalts- und Unfallversicherungen, die länderübergreifende Angebote ohne physische Präsenz erlaubt.

Corporate: innovative Services und Vertriebswege

Maßgeschneiderte Lösungen und innovative Vertriebswege charakterisieren unseren Zugang zu unseren Firmenkund:innen. Während wir uns hier in Österreich verstärkt als Unternehmensversicherung vor Ort positionieren, liegt der Fokus in CEE auf Risk Engineering. Schwerpunkte setzen wir in beiden Regionen in der Sachversicherung und mit maßgeschneiderten Affinity-Programmen – individuellen Angeboten für die Kund:innen oder Mitarbeiter:innen unserer Kund:innen. Ein Beispiel dafür sind Employee Benefits in der Kranken-, Unfall- und Lebensversicherung. Auch hier spielt unser Tochterunternehmen SanusX mit innovativen Konzepten für Corporate-Health-Lösungen eine wichtige Rolle.

In der Betreuung durch den Corporate Business Navigator, eine gruppenweite IT-Plattform für Underwriting, Vertrieb und Risikomanagement, unterstützt, setzen wir im Standardgeschäft auch bei Corporate-Kund:innen auf Automatisierung und Digitalisierung. Letztere verändert aber auch unser Geschäft an sich: So verzeichnen wir vor allem in Österreich bei Cyberversicherun-

Retail:

Herausragende Kundenreise und einfache Produkte

- Individualisierung, Transparenz, Flexibilität
- Modularisierung des Produktportfolios
- „Ökosysteme“ Gesundheit und Wohnen
- Digitalisierung und Omnikanal-Strategie im Vertrieb

gen deutlich steigende Nachfrage und haben dafür attraktive Lösungen entwickelt. Die fortschreitende digitale Vernetzung schafft zudem die Möglichkeit nutzungsabhängiger Tarife, deren automatisierte Anwendung wir gerade prüfen. Ebenso wird dank Sensorik und des Internet of Things datengetriebene Prävention zu einer – gerade für Industriekund:innen – interessanten Option.

Bank: Marktausbau und Digitalisierung

Vor dem Hintergrund einer generell engeren Zusammenarbeit zwischen Banken und Versicherungen streben wir in diesem Kundensegment einen Marktausbau und – wie in den anderen Segmenten auch – eine verstärkte Digitalisierung an. Auf Basis einer 2021 weiter vertieften Zusammenarbeit mit unseren Partnerbanken setzen wir dabei in Österreich wie in CEE auf standardisierte digitale Verkaufsplattformen, von denen aus wir gemeinsam Finanzservices aus einer Hand anbieten.

Verstärkt soll auch in diesem Segment das Modell holistischer Ökosysteme eine ganzheitliche Betrachtung und Betreuung gewährleisten, unterstützt durch – auch disruptive – digitale Vertriebsoptionen. Wie im Segment Retail setzt dies eine Vereinfachung unseres Produktportfolios und eine Anpassung an veränderte Kundenbedürfnisse voraus – gerade in CEE sind einfach abzuschließende Versicherungsprodukte ein zentrales Element unserer Strategie. Gleichzeitig möchten wir über den Bankenvertrieb verstärkt auch Klein- und Mittelunternehmen sowie Landwirte als neue Kundengruppen ansprechen.

Operations und IT: Exzellente Prozesse, erstklassige Daten

Was unsere internen Operations betrifft, arbeiten wir in Österreich wie in CEE laufend intensiv daran, uns hinsichtlich Produktion und Effizienz

weiter zu verbessern. Dies umfasst eine Steigerung der Durchpolizierungs- und der Automatisierungsquote in der Schadenerledigung ebenso wie laufende Effizienzsteigerungen und Kostensenkungen, etwa durch konsequente Prozessvereinfachung. Auch weitere organisatorische Veränderungen sind geplant, etwa die Zusammenlegung von Serviceeinheiten.

Parallel dazu investieren wir laufend in die Modernisierung unserer IT-Infrastruktur und unseres Kernsystems (UNIQA Insurance Platform, UIP), unserer Kundenplattform (UNIQA Customer Platform, UCP) sowie weiterer zentraler Systeme. In diesem Kontext setzen wir auch wichtige Impulse hinsichtlich IT-Security und Cybersecurity, um unserer Vertrauensrolle als Versicherung gerecht zu werden.

All dies werden auch unsere Kund:innen durch Serviceverbesserungen deutlich zu spüren bekommen. Bots und Self-Service-Lösungen unterstützen diesen Prozess, so etwa der weitere Ausbau der myUNIQA App.

Rebranding und Kulturprogramm

Da sich der neue Anspruch von UNIQA 3.0 auch in unserem Unternehmensauftritt manifestieren soll, haben wir 2021 zudem ein Rebranding für die gesamte Gruppe eingeleitet. Abgesehen von einem Update unseres Corporate Designs umfasste dies auch eine Weiterentwicklung unseres Claims – er lautet nunmehr „gemeinsam besser leben“ – sowie die Entwicklung und den Launch einer neuen Imagekampagne. Parallel dazu haben wir ein Kulturprogramm gestartet, um auch unsere Corporate Culture an das Konzept der Inspiring Coaches heranzuführen. Umfangreiche weitere Maßnahmen für unsere Mitarbeiter:innen runden das Paket ab (Details dazu siehe ab Seite 27).

Corporate & Affinity: Innovative Services und Vertriebswege

- Risk Engineering
- Affinity-Programme für Kund:innen und Mitarbeiter:innen
- Schwerpunkt Cyberversicherungen
- Nutzungsabhängige Tarife

Bank: Marktausbau und Digitalisierung

- Finanz-Services aus einer Hand
- Vereinfachung des Produktportfolios
- Standardisierte digitale Verkaufsplattformen
- KMU und Landwirtschaft als neue Zielgruppen

Erfolgreich in CEE

Die Integration der ehemaligen AXA-Tochtergesellschaften in Polen, der Slowakei und Tschechien verläuft genau nach Plan.

Exakt wie vorgesehen kam UNIQA im Jahr 2021 bei der Eingliederung der 2020 von der AXA-Gruppe erworbenen Gesellschaften in Polen, Tschechien und der Slowakei voran. Durch diese Akquisition – sie betraf rund 5 Millionen Kund:innen, 2.100 Mitarbeiter:innen und 800 Millionen Euro Prämie – ist UNIQA unter die führenden Versicherungsgruppen in CEE aufgestiegen. Die operative Zusammenführung und die Hebung erster Synergien konnten wie beabsichtigt bereits abgeschlossen werden. Nun geht es zügig weiter.

Rasche operative Integration

Unmittelbar nach dem Closing am 15. Oktober 2020 begann die Integration der erworbenen Gesellschaften. Phase I konnte bereits erfolgreich beendet werden: Sie umfasste den rechtlichen Zusammenschluss der jeweiligen Ländergesellschaften, das Rebranding auf die Marke UNIQA im Sinn der Ein-Marken-Strategie der Gruppe und die operative Zusammenführung. In allen Ländern ist die Umstellung auf die neue Organisationsstruktur reibungslos erfolgt, und das bestehende Geschäft konnte nicht nur gesichert, sondern sogar weiter ausgebaut werden.

Hebung langfristiger Synergien ...

Im nächsten Schritt bringt Phase II nun die Vereinheitlichung von Produktangebot, kundenorientierten Prozessen und IT-Landschaft. Diese verstärkte länderübergreifende Nutzung von Gemeinsamkeiten und Fähigkeiten innerhalb der Gruppe soll das langfristige Synergieziel aus der Akquisition untermauern. Konkret sollen bis 2024 Einsparungen von 45 Millionen Euro pro Jahr erreicht werden. Dieses Ziel ist dank des sehr erfolgreichen Verlaufs der Integration bereits in greifbare Nähe gerückt. 20 Millionen Euro davon sind bereits gesichert, der Rest durchwegs mit konkreten Maßnahmen hinterlegt. Auch die mit der Integration verbundene Personalreduktion um rund 600 Vollzeitkräfte schreitet schneller voran als geplant und konnte bis Ende 2021 bereits nahezu zur Hälfte umgesetzt werden.

... und strategische Transformation

Phase III wird schließlich einen verstärkten Fokus auf die Umsetzung von UNIQA 3.0 auch in Polen, Tschechien und

der Slowakei bringen. Im Vordergrund werden dabei die Themen Geschäftsmodell, Digitalisierung und Automatisierung sowie Unternehmenskultur stehen.

Die Maßnahmen werden laut aktuellem Plan größtenteils bis Ende 2023 abgeschlossen sein. Bereits 2021 konnte ein Teil der Integrationskosten durch realisierte Synergien abgedeckt werden, und schon im laufenden Jahr erwartet UNIQA deutlich positive Nettoeffekte. Mit dem Fortschreiten der Integration sollen die Ergebnisbeiträge aus den neuen Unternehmen weiter deutlich zunehmen, da die Integrationskosten signifikant zurückgehen werden, während die Synergien voll zu wirken beginnen.

Einmalige Gelegenheit, perfekter strategischer Fit

Mit einem Kaufpreis von rund einer Milliarde Euro war die Übernahme der ehemaligen AXA-Gesellschaften sowohl der größte Unternehmenszukauf in der Geschichte von UNIQA als auch die bis dato größte Akquisition der österreichischen Versicherungswirtschaft in Zentral- und Osteuropa. Die Gesellschaften von AXA fügen sich hervorragend in unsere langfristige Wachstumsstrategie, denn mit ihrem Schwerpunkt auf profitables Retailgeschäft, einem ausgewogenen Produktmix und einem dichten Vertriebsnetzwerk ergänzen sie unser bestehendes Geschäft ideal. Die UNIQA Group stärkte mit dem Zukauf ihre Position in den hart umkämpften CEE-Wachstumsmärkten nachhaltig und rückte in der Region insgesamt von der Nummer sieben zur Nummer fünf auf. Damit haben wir mit dieser Transaktion Privat- und Firmenkund:innen in drei Wachstumsmärkten gewonnen, in denen wir schon bisher sehr profitabel waren.

Die Schlankheitskur wirkt

Effizienzsteigerung und Kostenreduktion in Österreich

Erfreuliche Fortschritte haben wir im Jahr 2021 auch bei der Umsetzung unseres Kostenprogramms „Fit in die Zukunft“ gemacht. Es zielt auf eine tiefgreifende Optimierung unseres bestehenden Geschäfts ab und trägt damit entscheidend dazu bei, dass wir die Gesamtkostenquote in der Gruppe bis 2025 auf 25 Prozent drücken.

Berücksichtigt man die aktuell notwendigen Investments für IT und die Erfüllung neuer regulatorischer Anforderungen, ergibt sich die klare Notwendigkeit von Kosteneinsparungen im laufenden Betrieb von UNIQA in Österreich. Etwa zwei Drittel der geplanten Einsparungen sollen aus dem Bereich der Sachkosten stammen, ein Drittel aus reduzierten Personalkosten. Die dazu erforderliche Reduktion unseres Mitarbeiterstands in Österreich haben wir Ende des Jahres 2021 bereits zur Gänze umgesetzt.

Der Radius des Fitnessprogramms erstreckt sich dabei auf alle Unternehmensbereiche und wesentlichen Kostenarten. Im Vordergrund stehen Vertrieb und IT, Finanzbereich und allgemeine Verwaltung, die Optimierung unserer Standorte über ganz Österreich und eine Reduktion der externen IT- und sonstigen Beratungskosten sowie unserer Marketing- und Sponsoring-Aufwendungen.

Fernziel für 2025 ist ein konzernweiter Gesamtkostensatz von 25 Prozent in Bezug auf das Prämienvolumen, das bedeutet eine Reduktion um 4 Prozentpunkte gegenüber dem Stand von 2020. Die dahinterstehende Verschlinkung unserer Organisation, Prozessvereinfachungen, ein kundenzentrierter Marktzugang, die Vereinfachung und Standardisierung unseres Produktportfolios und die Optimierung unserer Preisfindung sollen jedoch nicht nur unsere Profitabilität erhöhen. Sie dienen gleichzeitig dem Ziel, uns als beste Dienstleisterin und attraktivste Arbeitgeberin der Branche zu positionieren.

Zügige Umsetzung der Maßnahmen

Ein ganzes Bündel an Einzelmaßnahmen wurde zur Umsetzung dieser Initiative geschnürt. Den Großteil davon haben wir bereits eingeleitet, viele auch schon abgeschlossen. Hier die wichtigsten davon:

- Die zur **Optimierung unseres Standortnetzwerks** vorgesehene Schließung von 35 ServiceCenters konnten wir bis Jahresende 2021 bereits zur Gänze umsetzen. Ebenfalls sehr zügig verlief die Entwicklung von erfolgreichen Außendienstmitarbeiter:innen zu GeneralAgenturen, die Zahl der GeneralAgentur-Standorte konnte dadurch auf 333 erhöht werden.
- Plangemäß haben wir für die Kundengruppen **Retail** und **Corporate** die Funktionen Marktforschung, Produktmarketing, Produktentwicklung, Pricing, Vertrieb und Kundenmanagement 2021 jeweils in einem Bereich zusammengeführt. Dies bietet nicht nur Vorteile für Kundenbetreuung, Produktpolitik und Vertriebssteuerung, sondern bringt auch schlankere Entscheidungsprozesse mit sich.
- Auch auf dem Weg der **Bereinigung und Modularisierung unserer Produktlandschaft** sind wir ein gutes Stück vorangekommen. Intensiv arbeiten wir derzeit etwa an der Standardisierung und Automatisierung unserer Produkte und Prozesse in den Bereichen Sach-, Haftpflicht-, Unfall- und Kfz-Versicherung.

Anhaltend hohe Dynamik bei SanusX

SanusX – gemeinsam besser vorsorgen

Durch die Übernahme von consentiv, dem österreichischen Marktführer für mentale Gesundheit, und einer 39-Prozent-Beteiligung an der auf Heimkrankenpflege und -betreuung spezialisierten cura domo Holding erschloss SanusX 2021 zwei attraktive Geschäftsfelder. Das im April 2020 gegründete Tochterunternehmen treibt die Entwicklung unserer Gruppe zu einer holistischen Gesundheitsanbieterin voran und baut dabei auf unseren Erfahrungen als führende Gesundheitsversicherung Österreichs mit dem LARA-Netzwerk (Labor, Arzt, Röntgen, Apotheke) mit über 260 Partner:innen, rund 100 VitalCoaches und fünf Spitälern

(PremiQaMed) auf. Nach der erfolgreichen Markteinführung des SanusX Health Shield, der sich als schnelles, einfaches und zuverlässiges Produkt erwies, um Covid-19-Infektionen nachzuweisen, stieg SanusX auch in die betriebliche mentale Gesundheitsvorsorge ein und übernahm mit consentiv Österreichs führenden Anbieter in diesem Segment für Unternehmenskund:innen. Das gemeinsame Ziel: die bestehende Beratungstätigkeit aus- und smarte Vorsorgelösungen aufzubauen. Dabei spielen Innovation und Digitalisierung eine zentrale Rolle. Gerade bei diesen wichtigen Zukunftsthemen will SanusX auch cura domo, den österreichischen Marktführer in der 24-Stunden-Betreuung zu Hause, unterstützen.



sanusx

FOR A HEALTHIER SOCIETY

Attraktivste Arbeitgeberin

Gemeinsam noch besser zusammenarbeiten. Gemäß diesem Leitsatz verfolgt die UNIQA Group das ambitionierte Ziel, bis 2024 die attraktivste Arbeitgeberin der Branche zu werden. Konkret möchte UNIQA in Umsetzung der neuen Konzernstrategie UNIQA 3.0 zumindest 4,5 Sterne auf einer Skala von eins bis fünf erreichen. Dafür haben wir eine Fülle von Maßnahmen konzipiert. Viele davon wurden 2021 bereits auf den Weg gebracht, einige sogar schon umgesetzt. Digitalisierung, Automatisierung sowie die Coronakrise stellen die Mitarbeiter:innen allerdings vor große Herausforderungen.

Neben den Veränderungen, die sich aus der Coronapandemie ergeben haben, sieht sich das HR-Management auch im Hinblick auf neue Jobprofile, Arbeitsmodelle und -techniken sowie geänderte Vorstellungen potenzieller Mitarbeiter:innen mit einer Reihe von Fragen konfrontiert. Das Homeoffice ist gekommen, um zu bleiben, und Präsenz-Meetings sind fast schon zur Ausnahme geworden. UNIQA unterstützt hybrides Arbeiten, geht auf die individuellen Bedürfnisse der Mitarbeiter:innen ein und ermöglicht ihnen dank einer Betriebsvereinbarung die Kombination von mobilem Arbeiten, Homeoffice und Tätigkeit im Büro.

Die stetige Adaption bzw. Verbesserung unserer modernen Arbeitskonzepte schlägt sich auch in der Zufriedenheit unserer Mitarbeitenden nieder. So erhielt UNIQA auch 2021 wieder mehrere Arbeitgeberauszeichnungen, darunter Forbes World's Best Employer und Leading Employer Österreich. Unter 1.000 bewerteten Arbeitgebern im Best-Recruiters-Ranking wurde UNIQA auf Rang 66 und somit in die Kategorie „Silber“ gewählt. Parallel dazu durften wir uns über eine sprunghafte Verbesserung um 152 Plätze auf Rang 73 im „trend“ freuen. Und auch die Bewertung 4,0 von fünf Sternen auf kununu bekräftigt die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter:innen und zeugt von einer offenen, wertschätzenden und respektvollen Kommunikation innerhalb unseres Unternehmens.

Bei der gezielten Kommunikation nach außen – also immer dann, wenn sich UNIQA bei potenziellen neuen Mit-

arbeitenden vorstellt – gibt es allerdings noch Luft nach oben. Neben gängigen Kanälen wie Universitätskooperationen, Karriere- und Jobmessen und der Präsenz auf Social-Media- und Karriereplattformen wollen wir unsere Arbeitgebermarke vor allem über die Kommunikation mit unseren Mitarbeiter:innen stärken und nachhaltig weiterentwickeln. Dabei setzen wir gezielt auf Tools, Projekte und Formate, die einen besseren Austausch mit unseren Mitarbeiter:innen ermöglichen und somit noch höhere Zufriedenheit, mehr Engagement sowie Identifikation mit UNIQA als Arbeitgeberin gewährleisten. Bei der Positionierung von UNIQA als Arbeitgeberin bekommen alle Mitarbeitenden die Möglichkeit, ihr Feedback einzubringen, das in die finale Version wesentlich miteinfließt. Mithilfe unserer Mitarbeitenden können wir so eine klare, einheitliche und sich differenzierende Arbeitgeberpositionierung schaffen und durch authentische Kommunikation potenzielle Kandidat:innen in ihrer Entscheidungsfindung unterstützen.



Fünf zentrale Handlungsfelder für HR

Um UNIQA als Arbeitgeberin attraktiver zu machen, haben wir fünf zentrale Handlungsfelder definiert, an deren Umsetzung wir 2021 bereits tatkräftig gearbeitet haben: So wurden etwa das übergeordnete Ziel im Rahmen von UNIQA 3.0, die Kulturtransformation, eingeleitet und die gesamte „Employee Journey“ verbessert.

1. Employee Experience

Verbessertes Recruiting, Onboarding, Offboarding und laufendes Feedback der Mitarbeiter:innen

2. Employee Engagement

Weiterentwicklung der Unternehmenskultur entlang des aktuellen Strategieprogramms

3. Learning & Leadership

Weiterbildungen und Mentoring als Teil der neu definierten Learning-Strategie

4. Digital Skills

Digitalisierung von HR-Prozessen zur vorausschauenden, zukunftsorientierten Planung

5. Future of Work

Neugestaltung und Flexibilisierung der UNIQA Arbeitswelt

- Im Bereich **Employee Experience** machen wir kontinuierlich Fortschritte, die sich anhand der Zufriedenheit unserer Mitarbeiter:innen feststellen lassen. Durch die Verbesserungen im Recruiting, Onboarding bzw. Offboarding und laufendes Feedback im Bewertungssystem heben wir unsere gruppenweiten Standards weiter an und arbeiten so konsequent an der Etablierung der Marke UNIQA als führende Employer Brand Österreichs.
- Um unsere Zielkultur festzulegen, haben wir das Handlungsfeld **Employee Engagement** klarer eingegrenzt und analysiert. Mehr als 8.000 Mitarbeitende in zwölf Ländern haben dazu an einer konzernweiten Kulturumfrage teilgenommen. Nach deren Auswertung wurden insgesamt drei Zieldimensionen abgeleitet: Gemeinschaft, Verantwortung und Einfachheit. Wir kooperieren über gewohnte Grenzen hinweg, wir ermutigen uns gegenseitig, Verantwortung zu übernehmen, wir handeln und wir lernen aus Fehlern.

- Neben unseren Leadership-Programmen und Weiterbildungen im Handlungsfeld **Learning & Leadership** bildet auch Mentoring eine wirksame Maßnahme zur Erhöhung der Karrierechancen im Unternehmen. Im Rahmen unserer neu definierten Learning-Strategie bereiten wir unsere Mitarbeiter:innen auf zukünftige digitale und hybride Arbeitswelten vor und ermuntern sie, ihre Erfahrungen zu teilen, ihr Netzwerk zu erweitern sowie ihre Fähigkeiten zu optimieren. Davon profitieren sowohl ihre Mentees als auch die Mentor:innen selbst.

- Fast all unsere Aktivitäten im HR-Bereich fußen auf unseren Initiativen im Handlungsfeld **Digital Skills**. Ausgehend von einer Modernisierung des Personalverwaltungssystems haben wir den Grundstein für die Entwicklung neuer Analyse- und Analytics-Fähigkeiten sowie für die Einführung einer strategischen Personalbedarfsplanung gelegt. Die Digitalisierung erleichtert HR-Prozesse und ermöglicht UNIQA eine vorausschauende, zukunftsorientierte Planung ihrer Fähigkeiten und Ressourcen. Die Stärkung digitaler Fähigkeiten aller Mitarbeiter:innen stellt einen Schwerpunkt in den kommenden Jahren dar.

- Unser Handlungsfeld **Future of Work** beobachtet kontinuierlich den technischen Fortschritt am Arbeitsplatz, analysiert Veränderungen, die sich aus Coronapandemie und Digitalisierung ergeben, und bietet Leitlinien zur besseren Orientierung in dieser neuen Arbeitswelt. Gemäß dem Leitsatz „Gemeinsam besser arbeiten“ bieten wir vielfältige Informationen und Tipps, wie unsere Mitarbeiter:innen ihr Homeoffice so funktional wie möglich gestalten können, welche Meetingform für welchen Anlass geeignet ist und wie unsere Büroflächen am besten genutzt werden. Zudem gibt es zahlreiche neue Angebote für Gesundheit und Wohlbefinden, wie etwa die Fitnesspause oder die Mystery Break zum informellen Austausch im Homeoffice. Ziel solcher Aktivitäten ist es, auch online das Gefühl der Gemeinschaft zu erleben und zu stärken.

Diversity & Inclusion (D&I)

Unsere Mitarbeiter:innen sind ebenso vielfältig wie unsere Kund:innen. Alle gemeinsam bilden wir – der Grundidee der Versicherung folgend – eine Gemeinschaft, in der wir einander schätzen und respektieren, ungeachtet von Geschlecht, Alter, Herkunft, körperlicher Befähigung, sexueller Orientierung, Religion, Weltanschauung oder anderen Eigenschaften. Durch die Vielfalt unserer Mitarbeiter:innen ist UNIQA ein Ort des persönlichen Wachstums, der Entwicklung und des sinnstiftenden Engagements. Unseren Leitsatz „gemeinsam besser leben“ sehen wir erst dann als erfüllt, wenn Gleichberechtigung und Chancengleichheit tatsächlich zur Gänze gegeben sind. Dieses Bekenntnis haben wir 2021 unter anderem durch den Beitritt zur Charta der Vielfalt der Wirtschaftskammer Österreich sowie einen gemeinsamen Workshop von Mitgliedern des Aufsichtsrats und des Vorstands zum Thema „Unconscious Bias“ bekräftigt.

Unser Bekenntnis zu Diversität und Inklusion unterstreichen wir mit zahlreichen Initiativen. So haben wir 2021 etwa den Internationalen Weltfrauentag ebenso gefeiert wie den Pride Month und unseren UNIQA Tower in Wien als farbenprächtigen Botschafter dafür eingesetzt.

Maßnahmen und Ziele 2021

Nach der formalen Bestellung einer Beauftragten für Diversität und Inklusion nahm UNIQA im vergangenen Jahr vielfältige weitere Maßnahmen in Angriff. Unter der Schirmherrschaft von zwei Vorstandsmitgliedern wurde das Diversity & Inclusion Committee ins Leben gerufen, das die Umsetzung der neuen Diversitätsstrategie in allen Bereichen und Prozessen des Unternehmens sicherstellt. Und zur Verankerung der rechtlichen Grundlagen fanden Trainings zum Thema Gleichbehandlungsrecht am Arbeitsplatz statt.

Nach dem bereits 2020 gegründeten Frauennetzwerk „Frauen mit Power – jetzt vernetzen“, das sich unter anderem für einen höheren Frauenanteil in Leitungsfunktionen und gleiches Entgelt für gleichwertige Arbeit einsetzt, haben wir 2021 ein Generationen-Netzwerk, ein LGBTQIA+-Dialogforum, die Gruppe „Balance Beruf & Familie“ und zuletzt auch ein Netzwerk für Menschen mit Behinderungen initiiert. Für Letztere wurden in Kooperation mit myAbility zudem detaillierte Analysen, sogenannte DisAbility Performance Checks, durchgeführt, Barrieren auf der Website reduziert und ein Kommunikationsschwerpunkt gesetzt.

Prioritäten und Herausforderungen 2022

Wir wollen Diversität und Inklusion als fixen, selbstverständlichen Teil unseres Alltags etablieren und so unsere Unternehmenskultur nachhaltig verändern. Um dieses Ziel zu erreichen, werden wir die bereits gestarteten Initiativen und Maßnahmen 2022 weiterverfolgen, stärker verankern und intensivieren. Neben der Ausarbeitung einer Diversity & Inclusion Policy ist auch die Einführung eines standardisierten Prozesses zur Behandlung von Diskriminierungsvorfällen geplant. Bereits vorhandene Elemente wie die Leitsätze und Ziele von Diversity & Inclusion werden zu einer eigenen, umfassenden Strategie angereichert, die die Basis für alle unsere Aktivitäten bildet.

Wichtiges Erfolgskriterium für eine erfolgreiche Umsetzung unserer Diversitätsstrategie ist die Messbarkeit unserer Ziele. Deshalb ist zusätzlich zum bereits bestehenden Inklusionsindex die Entwicklung eines Kennzahlensystems geplant, das die Wirkung unserer Anstrengungen sichtbar machen und neue Ansätze für Verbesserungen und Maßnahmen liefern soll. Mithilfe dieses Kennzahlensystems möchten wir mehr Transparenz und Verbindlichkeit schaffen – ein wichtiger thematischer Schwerpunkt im Jahr 2022. Zudem werden wir künftig verstärkt Initiativen zu den Dimensionen Geschlecht, Generationen, Menschen mit Behinderung und sexueller Orientierung initiieren.

Eine besondere Herausforderung zeigt sich bezüglich der Teilhabe von Frauen an Führungsaufgaben: Obwohl mit 57 Prozent mehr Frauen als Männer in der UNIQA Group tätig sind, liegt der Frauenanteil bei den Vorstandsmitgliedern in unseren Versicherungsgesellschaften gruppenweit nur bei 28 Prozent und im Management nur bei 44 Prozent.

Nähere Informationen zum Thema Diversity Management finden sich im Corporate-Governance-Bericht ab Seite 36.



Was wir Investor:innen bieten:

Eine attraktive Rendite auf ihr Kapital

UNIQA auf dem Kapitalmarkt – damit verbinden die meisten Investor:innen die UNIQA Aktie. Aber auch unsere Anleihen notieren – wenn auch weniger prominent – an der Wiener Börse. In beiden Kategorien durften wir uns 2021 über eine gesunde Entwicklung freuen: Unser Aktienkurs legte um mehr als ein Viertel zu, und bei unseren Anleihen gelang uns kurz vor Jahresende eine sehr positive Strukturverbesserung hin zu längeren Laufzeiten und geringeren Zinssätzen. Erfreuliches Ergebnis: die Bestätigung des Ratings A – von Standard & Poor's, das unsere Finanzstärke in einem sehr herausforderndem Umfeld eindrucksvoll belegt.

Basis für all dies ist eine solide Unternehmensperformance im Jahr 2021. UNIQA hat trotz Herausforderungen ein sehr starkes Ergebnis erwirtschaftet. Gerade in einem Jahr mit historisch hoher Belastung durch Unwetterschäden ist es uns gelungen, das versicherungstechnische Ergebnis zu verbessern: Mit einer Combined Ratio von 93,7 Prozent haben wir unsere mittelfristigen Pläne und Erwartungen sogar übertroffen. Darauf stützt sich auch unser attraktiver Dividendenvorschlag von 55Cent pro Aktie.

Russische Invasion in der Ukraine gefährdet positive Kapitalmarktentwicklung

Das Jahr 2021 stand überwiegend im Zeichen einer starken Erholung von der Covid-19-Krise, in der Gesamtwirtschaft ebenso wie auf den Finanzmärkten. Hauptgrund dafür waren die über weite Strecken erfolgreichen Gegenstrategien zur Eindämmung der Pandemie in Kombination mit nie da gewesenen geld- und fiskalpolitischen Unterstützungsmaßnahmen auf beiden Seiten des Atlantiks. Das Resultat war eine kräftige Erholung der Wirtschaft nach den deutlichen Wachstumseinbrüchen im Zuge der Covid-19-Krise. Leider überschattet der Ende Februar ausgebrochene Krieg in der Ukraine die weitere Wirtschaftserholung im Jahr 2022. Insbesondere die Kurse europäischer Wertpapiere haben infolge der russischen Invasion negativ reagiert.

Aktienrally im Jahr 2021

Die globalen Aktienmärkte hatten bereits seit dem Herbst 2020 auf ein Szenario starker Konjunkturdaten und steigender Unternehmensgewinne gesetzt und entsprechende Zuwächse verzeichnet. Diese Rally setzten zahlreiche wichtige Aktienindizes dank verbesserter Konjunkturindikatoren und anziehender Arbeitsmärkte im Jahr 2021 fort. So feierte der S&P 500 im August 2021 eine Verdopplung seit den Tiefstständen zu Zeiten der Covid-19-Krise und markierte in der Folge laufend neue Rekordstände. Ende Dezember 2021 lag der breite US-Markt – gemessen am S&P 500 – gegenüber dem Jahresbeginn mit knapp 27 Prozent im Plus. Noch deutlich stärker zeigte sich die Entwicklung beim heimischen ATX, der im Jahresverlauf sogar um 44 Prozent zulegte. Haupttreiber der insgesamt starken globalen Aktienmarktperformance war neben dem Wiedererstarren der Weltkonjunktur tatsächlich die erwartete Gewinnentwicklung der Unternehmen.

Steigende Inflation, anhaltend niedrige Zinsen im Euroraum

Während das Bruttoinlandsprodukt des Euroraums im Jahr 2021 um rund 5,0 Prozent zulegen konnte, wies auch die Inflationsrate einen steten Aufwärtstrend aus: Einem Wert von –0,3 Prozent im Dezember 2020 stand Ende 2021 eine beachtliche Teuerungsrate von mehr als 4 Prozent gegenüber. Weiterhin niedrig blieben hingegen die Zinsen. So sorgte die Geldpolitik der Europäischen Zentralbank (EZB) auch 2021 dafür, dass sich die Geldmarktsätze (Euribor) eng am EZB-Einlagesatz von –0,5 Prozent orientierten. Im März reagierte die EZB auf einen nicht erwünschten Anstieg der langfristigen Zinsen und erhöhte im Rahmen des Pandemic Emergency Purchase Programme das monatliche Volumen

an Anleihekäufen. Bis Ende August notierten die langfristigen Zinsen deshalb weiterhin nur knapp über den kurzfristigen Zinssätzen. Ab September bewegten sich die mittel- bis langfristigen Kapitalmarktsätze zwar etwas nach oben, was kurzfristig auch höhere Zins- und Inflationserwartungen auslöste. Gegen Ende des Jahres führten die neuerlichen Sorgen hinsichtlich der Pandemie- und der Wirtschaftsentwicklung jedoch wieder zu einer Verflachung der Zinskurve. Im Gegensatz zur Entwicklung im Euroraum sind die Zinserwartungen in den USA bereits zum Jahresende 2021 gestiegen. Diese Aufwärtsbewegung wurde vor allem von der US-Zentralbank FED angetrieben, die für das Jahr 2022 unmissverständlich eine Straffung der ultralockeren Geldpolitik signalisiert hat.

Krieg in Europa

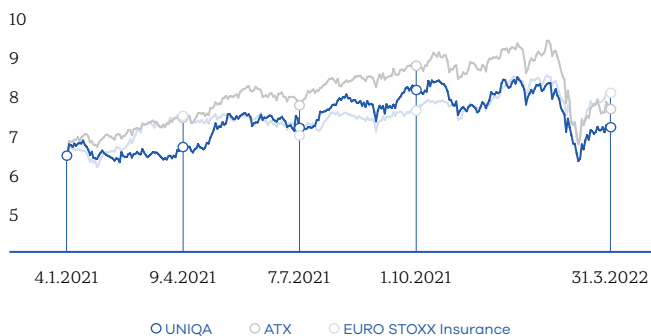
Mit dem Angriffskrieg Russlands in der Ukraine ist im Februar 2022 sehr große Ungewissheit in Europa eingeleitet. Über das unvorstellbare menschliche Leid in der Ukraine hinaus sind die mittel- bis langfristigen Auswirkungen im Bereich der europäischen Real- und Finanzwirtschaft aktuell – Mitte März – kaum absehbar. Als Antwort auf den völkerrechtswidrigen Angriff haben die westlichen Länder, allen voran die USA, beispiellose Sanktionen gegen Russland beschlossen und umgesetzt. Davon direkt oder indirekt betroffen sind globale Rohstoff- und Nahrungsmittelmärkte, Energiepreise, Vorprodukte der Industrie und insbesondere internationale Finanztransaktionen mit Russland. Die Kapitalmärkte haben entsprechend reagiert, insbesondere die europäischen Aktienindizes haben an Wert verloren.

Die UNIQA Aktie: Attraktives Investment

UNIQA Aktie weiterhin mit attraktiver Rendite

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 ersten Jahr des neuen Strategieprogramms UNIQA 3.0 ging der Kurs der UNIQA Aktie im Jahresverlauf stark nach oben. Mit 6,48 Euro ins Jahr gestartet, erreichte sie am 17. Februar 2021 ihren Jahrestiefststand von 6,30 Euro. In weiterer Folge stieg der Kurs jedoch stetig und erreichte am 5. November 2021 seinen Jahreshöchststand von 8,40 Euro. Letztlich schloss die UNIQA Aktie das Börsenjahr 2021 bei 8,07 Euro und verzeichnete damit im Jahresvergleich einen Zuwachs von etwa 26 Prozent. Der EURO STOXX Insurance, der Benchmark-Index für die europäische Versicherungsbranche, gewann im selben Zeitraum rund 21 Prozent. Durch den russischen Angriff auf die Ukraine im Februar 2022 verlor der Kurs der UNIQA Aktie deutlich und lag am 31. März 2022 bei 7,19 Euro.

Entwicklung der UNIQA Aktie
Angaben in Euro



Equity Story

- Marktführerin in der profitablen österreichischen Krankenversicherung
- Langfristiges Wachstumspotenzial in CEE
- Innovation und Effizienzsteigerung in Österreich
- Solide Kapitalposition
- Attraktive Dividendenpolitik

Aktionärsstruktur unverändert

Nach wie vor stabil ist die Aktionärsstruktur der UNIQA Group: Die Kernaktionärin 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 weitere Kernaktionärin fungiert die Raiffeisen Bank International AG – sie hält über die RZB Versicherungsbeteiligung GmbH einen Anteil von 10,9 Prozent. Die Kernaktionärin Collegialität Versicherungsverein Privatstiftung schließlich ist mit 3,0 Prozent an UNIQA beteiligt. Der Bestand an eigenen Aktien beläuft sich weiterhin auf 0,7 Prozent. Der Streubesitz repräsentiert damit per Ende 2021 mit 36,6 Prozent mehr als ein Drittel der gesamten Aktien und einen Wert von über 900 Millionen Euro.

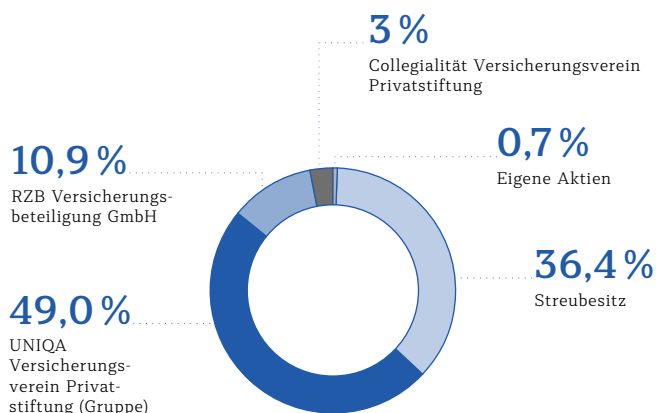
Infolge von Stimmrechtsbindungen sind die Anteile der drei Kernaktionärinnen zusammenzuzählen. Zudem bestehen wechselseitige Vorkaufsrechte.

Kennzahlen UNIQA Aktie Angaben in Euro

	2021	2020	2019	2018	2017
Börsenkurs UNIQA Aktie per 31. Dezember	8,07	6,40	9,10	7,86	8,82
Höchstkurs	8,40	9,95	9,56	10,46	9,05
Tiefstkurs	6,30	4,78	7,84	7,72	7,09
Durchschnittl. Börsenumsatz/Tag (in Millionen Euro)	3,5	4,3	3,3	4,7	5,6
Marktkapitalisierung per 31. Dezember (in Millionen Euro)	2.477,2	1.964,6	2.793,4	2.412,7	2.707,4
Durchschnittl. Anzahl der Aktien im Umlauf	306.965.261	306.965.261	306.965.261	306.965.261	306.965.261
Ergebnis je Aktie	1,03	0,06	0,56	0,79	0,56
Dividende je Aktie	0,55 ¹⁾	0,18	0,18	0,53	0,51

¹⁾ Vorschlag an die Hauptversammlung

Aktionärsstruktur



Dividende von 55 Cent vorgeschlagen – trotz Corona und laufender Restrukturierung

Im Bewusstsein unserer Verantwortung für die langfristige nachhaltige Entwicklung von UNIQA und das von unseren Eigentümer:innen investierte Kapital ist es uns ein Anliegen, die Aktionär:innen von UNIQA angemessen am Unternehmenserfolg zu beteiligen. Für das Jahr 2021 wird der Vorstand der Hauptversammlung auf Basis des Einzelabschlusses der UNIQA Insurance Group AG die Ausschüttung einer Dividende von 55 Cent je dividendenberechtigter Aktie vorschlagen. In Summe entspricht dies einer Ausschüttung von fast 170 Millionen Euro bzw. einer Ausschüttungsquote von 53,6 Prozent.

Das Ende 2020 neu vorgestellte Strategieprogramm UNIQA 3.0 beinhaltet klare operative und finanzielle Ziele bis 2025. Wesentlich dabei ist auch die Ausschüttungsquote: UNIQA plant in den Jahren 2021 bis 2025 zwischen 50 Prozent und 60 Prozent des Konzernergebnisses als Dividende an die Aktionär:innen auszuschütten.

Mit der Financial Community laufend im Gespräch

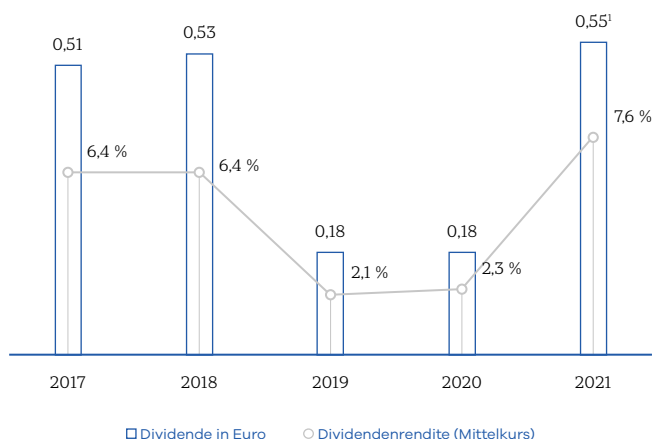
Wir legen größten Wert darauf, unsere Aktionär:innen, Analyst:innen sowie die gesamte Financial Community regelmäßig, aktuell und umfassend über die laufende Entwicklung unseres Unternehmens zu informieren. Auf zahlreichen virtuellen Roadshows und auf Investorenkonferenzen stand das Managementteam von UNIQA in diesem Sinn auch 2021 Anleger:innen sowie Analyst:innen Rede und Antwort und führte eine Vielzahl von Einzelgesprächen. 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	UNIQVI
Bloomberg	UQA AV
ISIN	AT0000821103
Marktsegment	prime market der Wiener Börse
Handelssegment	Amtlicher Handel
Indizes	ATX, ATX FIN, VÖNIX, MSCI Europe Small Cap
Aktienanzahl	309.000.000

Entwicklung UNIQA Dividende

in Euro indexiert



¹⁾ Vorschlag an die Hauptversammlung

UNIQA Insurance Group AG

Investor Relations

Untere Donaustraße 21, 1029 Wien

Tel.: +43 1 21175-3773

E-Mail: investor.relations@uniqa.at

UNIQA Anleihen: Solide finanziert

Zinsbelastung gesenkt, Laufzeit verlängert

Nach Eigenkapital nimmt Nachrangkapital den zweiten Platz in der Kapitalisierung unseres Versicherungsgeschäfts ein. Hier konnten wir zuletzt eine deutliche Strukturverbesserung erzielen: Im Dezember 2021 haben wir die Marktgegebenheiten genutzt und parallel mit der Emission eines Green Bond ausstehende nachrangige Anleihen im Nominale von 375 Millionen Euro zurückgekauft. Dadurch konnten wir nicht nur die Laufzeit unserer Finanzverbindlichkeiten verlängern, sondern haben vor allem die Zinsbelastung in den kommenden Jahren deutlich gesenkt. Der Rückkauf erfolgte mit einem Aufschlag auf den Nennbetrag. Diese zusätzlichen Finanzierungskosten haben wir im 4. Quartal 2021 bereits vollständig in der Bilanz abgebildet.

Langfristige Finanzierung zu günstigen Konditionen

Insgesamt hatte UNIQA per 31. Dezember 2021 nachrangige Anleihen im Nominale von 1.050 Millionen Euro ausstehen. Nach der Transaktion zu Jahresende 2021 beträgt der gewichtete durchschnittliche Kupon dieser nachrangigen Anleihen rund 4,3 Prozent. Verbunden mit der langen Laufzeit macht der niedrige Zinssatz diese Kapitalinstrumente somit sehr attraktiv. Zusätzlich befindet sich aktuell noch eine Senior-Anleihe mit einem Nominale von 600 Millionen Euro im Markt, die wir im Zusammenhang mit der Akquisition der ehemaligen AXA-Gesellschaften in CEE begeben hatten.

Green Bonds – aktive Investments in eine nachhaltige Zukunft

Im Rahmen der Emission unserer Green Bonds haben wir uns jeweils verpflichtet, Investitionen in gleicher Höhe in Projekte zur Erzeugung erneuerbarer Energie (Wind- und Solarparks) sowie in nachhaltige Abfallwirtschaft (Mülltrennung und -verwertung inkl. Energieerzeugung) und Mobilität (Schienenverkehr, öffentlicher Nahverkehr) zu tätigen. Die Performance unserer Green Bonds beweist eindrucksvoll, wie sehr nachhaltige Veranlagungsformen im Portfolio vieler Investor:innen gesucht werden. Im Sinn des Klimaschutzes sehen wir hier einen klaren und erfreulichen Trend: Nachhaltigkeit ist eine bestimmende Größe bei Investitionsentscheidungen geworden.

Standard & Poor's bestätigt exzellente Kapitalisierung

Das aktuelle Rating A- von Standard & Poor's (S&P) für die UNIQA Insurance Group reflektiert unsere Finanzstärke. Dieses Rating basiert auf dem ertragsreichen Geschäftsmodell, der Marktführerschaft in der privaten Krankenversicherung in Österreich sowie einer erstklassigen Kapitalisierung, die im S&P-Modell bereits das AAA-Level erreicht. Die aktuell ausstehenden Nachranganleihen werden von S&P gänzlich als Kapital angerechnet und sind damit langfristiger Bestandteil unserer Kapitalstrategie. Aufgrund des russischen Angriffs auf die Ukraine und der damit verbundenen potenziell negativen Auswirkungen auf UNIQA hat Standard & Poor's im März 2022 den Ausblick auf „negativ“ gesenkt.

Research

Derzeit veröffentlichen folgende Investmentbanken regelmäßig Research-Berichte zur UNIQA Aktie:

- Commerzbank
- Kepler Cheuvreux
- Erste Group Bank
- Raiffeisen Bank International

Finanzkalender 2022

13.5.	Nachweisstichtag für die ordentliche Hauptversammlung
19.5.	Ergebnis 1. Quartal 2022, Solvency and Financial Condition Report 2021
23.5.	Ordentliche Hauptversammlung
2.6.	Ex-Dividendtag
3.6.	Nachweisstichtag für die Dividende
7.6.	Dividendenzahltag
19.8.	Halbjahresfinanzbericht 2022
17.11.	Ergebnis 1.-3. Quartal 2022