

UNIQA Group auf einen Blick

Konzernkennzahlen Angaben in Millionen Euro	2022	2021	Veränderung
Verrechnete Prämien	6.270,2	6.033,4	+ 3,9 %
Sparanteile der fonds- und der indexgebundenen Lebensversicherung (vor Rückversicherung)	335,0	324,6	+ 3,2 %
Verrechnete Prämien inklusive der Sparanteile der fonds- und der indexgebundenen Lebensversicherung	6.605,2	6.358,0	+ 3,9 %
• davon Schaden- und Unfallversicherung	3.686,0	3.489,5	+ 5,6 %
• davon Krankenversicherung	1.277,3	1.226,5	+ 4,1 %
• davon Lebensversicherung	1.641,9	1.642,0	- 0,0 %
• davon laufende Prämieinnahmen	1.476,5	1.491,9	- 1,0 %
• davon Einmalerläge	165,4	150,2	+ 10,2 %
Verrechnete Prämien inklusive der Sparanteile der fonds- und der indexgebundenen Lebensversicherung	6.605,2	6.358,0	+ 3,9 %
• davon UNIQA Österreich	4.086,4	3.916,6	+ 4,3 %
• davon UNIQA International	2.506,6	2.423,3	+ 3,4 %
• davon Rückversicherung	1.461,3	1.469,5	- 0,6 %
• davon Konsolidierung	- 1.449,0	- 1.451,4	- 0,2 %
Abgegrenzte Prämien im Eigenbehalt	5.949,2	5.697,6	+ 4,4 %
• davon Schaden- und Unfallversicherung	3.408,9	3.203,9	+ 6,4 %
• davon Krankenversicherung	1.269,5	1.213,3	+ 4,6 %
• davon Lebensversicherung	1.270,8	1.280,4	- 0,8 %
Sparanteile der fonds- und der indexgebundenen Lebensversicherung (nach Rückversicherung)	335,0	324,6	+ 3,2 %
Abgegrenzte Prämien inklusive der Sparanteile der fonds- und der indexgebundenen Lebensversicherung	6.284,2	6.022,2	+ 4,4 %
Versicherungsleistungen ¹⁾	- 4.095,8	- 4.104,2	- 0,2 %
• davon Schaden- und Unfallversicherung	- 2.083,3	- 1.965,1	+ 6,0 %
• davon Krankenversicherung	- 1.082,2	- 997,7	+ 8,5 %
• davon Lebensversicherung ²⁾	- 930,4	- 1.141,4	- 18,5 %
Aufwendungen für den Versicherungsbetrieb im Eigenbehalt ³⁾	- 1.711,7	- 1.648,5	+ 3,8 %
• davon Schaden- und Unfallversicherung	- 1.083,5	- 1.037,8	+ 4,4 %
• davon Krankenversicherung	- 208,8	- 206,6	+ 1,0 %
• davon Lebensversicherung	- 419,5	- 404,1	+ 3,8 %
Kostenquote (nach Rückversicherung)	27,2 %	27,4 %	-
Combined Ratio (nach Rückversicherung)	92,9 %	93,7 %	-
Kapitalanlageergebnis	405,7	648,0	- 37,4 %
Ergebnis vor Steuern	421,7	382,3	+ 10,3 %
Periodenergebnis	389,3	317,9	+ 22,5 %
Konzernergebnis	383,0	314,7	+ 21,7 %
Return on Equity	14,4 %	9,3 %	-
Kapitalanlagen	18.425,6	21.785,0	- 15,4 %
Eigenkapital	2.034,0	3.303,6	- 38,4 %
Eigenkapital inklusive Anteilen ohne beherrschenden Einfluss	2.052,4	3.323,3	- 38,2 %
Versicherungstechnische Rückstellungen im Eigenbehalt ⁴⁾	22.011,0	23.610,9	- 6,8 %
Bilanzsumme	28.196,2	31.547,8	- 10,6 %
Anzahl der Versicherungsverträge	23.840.598	26.008.281	- 8,3 %
Durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter:innen (FTE)	14.515	14.849	- 2,2 %

¹⁾ Inklusive Aufwendungen für Gewinnbeteiligung und Prämienrückgewähr

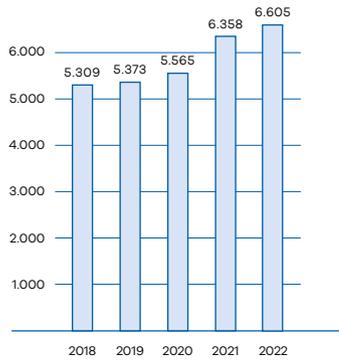
²⁾ Inklusive Aufwendungen für die (latente) Gewinnbeteiligung

³⁾ Abzüglich Rückversicherungsprovisionen und Gewinnanteilen aus Rückversicherungsabgaben

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

Verrechnete Prämien

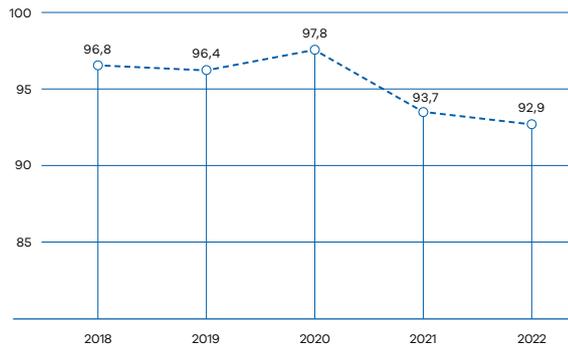
in Millionen Euro



(Inklusive Sparanteile der fonds- und der indexgebundenen Lebensversicherung)

Combined Ratio

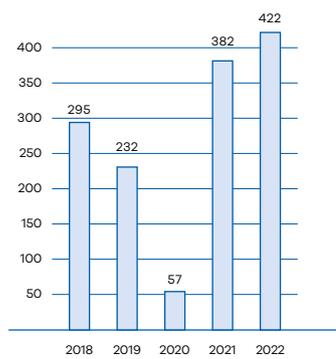
in Prozent



(Inklusive Sparanteile der fonds- und der indexgebundenen Lebensversicherung)

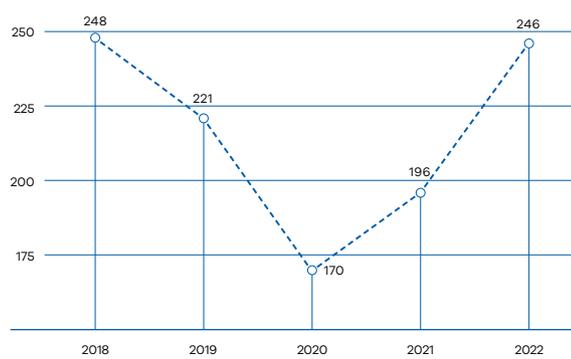
Ergebnis vor Steuern

in Millionen Euro



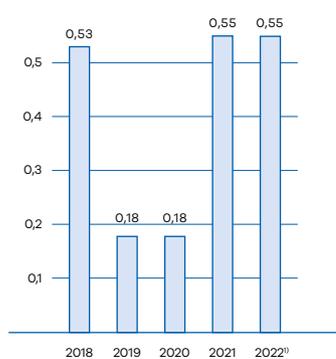
Regulatorische Kapitalquote (SCR)

in Prozent



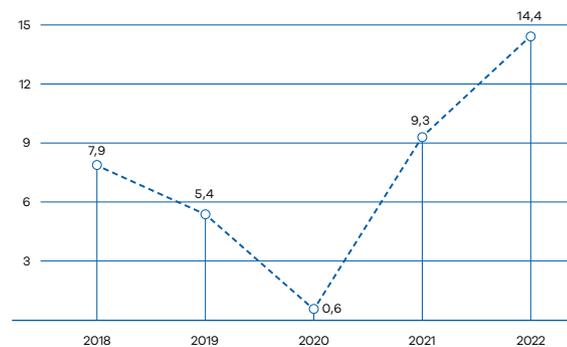
Dividende je Aktie

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 21.000 Mitarbeiter:innen und exklusive Vertriebspartner:innen betreuen in 18 Ländern über 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 2022	2
Brief des CEO	6
Unternehmen	8
Mission	9
Märkte	10
Mitarbeiter:innen	12
Group Executive Board	18
Strategie	20
UNIQA 3.0 – Unser Programm für die Zukunft	22
Kund:innen	26
Mavie: Auf dem Weg zu einem holistischen Gesundheitsanbieter	32
Kapitalmarkt	36
Marktumfeld	38
UNIQA Aktie	39
UNIQA Anleihen	41
IFRS 9/17	42
Corporate Governance	43
Konsolidierter Corporate-Governance-Bericht	45
Bericht des Aufsichtsrats	57
Performance 2021	62
(Konsolidierter) Nichtfinanzieller Bericht	64
Konzernlagebericht	86
Konzernabschluss	104
Erläuterungen zum Konzernabschluss ...	110
Risikobericht	191
Bestätigungsvermerk	208
Service	213
Glossar	214
Kennzahlenüberblick 2018–2022	219
Impressum	221

gerade
jetzt

gemeinsam besser leben

2022 war für uns letzten Endes ein ausgezeichnetes Geschäftsjahr. Obwohl es lange gar nicht danach ausgesehen hat. Genauso wichtig wie die sichtbaren Verbesserungen bei Kostenquote, Combined Ratio oder Ergebnis vor Steuern sind uns jene strategischen Entwicklungen, die nur im Inneren passieren. Im Maschinenraum.

Beste Dienstleisterin, höhere Marktanteile in Österreich, mindestens Top 5 in CEE, beste Arbeitgeberin, Optimierung des Versicherungsgeschäfts und Gesundheitsangebote jenseits von Versicherungen – das sind die sechs großen Ziele unseres Strategieprogramms „UNIQA 3.0 – Seeding the Future“. Bei einigen davon machen wir größere Fortschritte, bei anderen kleinere. Auch Rückschläge gibt es, doch wir lernen aus Fehlern.

Aber das Wichtigste: 16 Millionen Kund:innen in 18 Ländern die Sicherheit zu geben, bei uns gut aufgehoben zu sein! **UNIQA – gemeinsam besser leben.**

Highlights 2022



Mavie:

UNIQA positioniert sich neu im österreichischen Gesundheitsmarkt

Mit der Gründung der Mavie Holding im September 2022 hat UNIQA ihre Nicht-Versicherungsaktivitäten im Gesundheitsbereich gebündelt und sich damit in einem rapide wachsenden Markt neu positioniert. Mavie vereint sowohl die PremiQaMed Group als auch die Angebote von SanusX und die UNIQA Health Services unter einem Dach und schafft damit ein umfassendes Ökosystem für Gesundheit. Das vielfältige Portfolio reicht von Privatkliniken, Ärztezentren und Ambulatorien über das Gesundheitsdienstleistungsnetzwerk LARA und 24-Stunden-Betreuung bis hin zu betrieblichem Gesundheitsmanagement. Dank der vielfältigen Synergien und Potenziale, die sich aus dieser Bündelung ergeben, wird Mavie das Gesundheitsangebot von UNIQA auf eine neue Ebene heben. Das Fazit: immer neue und noch attraktivere Angebote für eine wachsende Zahl an Kund:innen. Ziel ist es, bis 2025 mit Gesundheitsdienstleistungen jährlich zumindest rund 100 Millionen Euro zusätzlichen Umsatz zu erwirtschaften.

Südosteuropa:

Mehr Schlagkraft durch Zusammenführung von fünf Märkten in einer Region

Um ihre operative Performance in Kroatien, Serbien, Bosnien und Herzegowina, Montenegro und Bulgarien zu verbessern und bestehende Marktpotenziale zielorientierter zu heben, hat UNIQA ihre Tochtergesellschaften in diesen Ländern im Jahr 2022 zu einer Region zusammengefasst. Vor dem Hintergrund solider makroökonomischer Daten werden die betroffenen Unternehmen – acht Versicherungsgesellschaften mit insgesamt rund 1,7 Millionen Kund:innen sowie eine IT-Gesellschaft – sowohl in der Produktpolitik für Retail- und Corporate-Kund:innen als auch in der Geschäftsentwicklung und -steuerung sowie in Sachen IT & Operations enger abgestimmt vorgehen. Dies bringt den einzeln betrachtet relativ kleinen Gesellschaften nicht nur eine bessere Position im Markt und erschließt ihnen damit Wachstumspotenzial in einer Region mit mehr als 22 Millionen Einwohner:innen, sondern reduziert auch die Komplexität und wirkt sich dadurch positiv auf Effizienz und Profitabilität aus. Zudem erwartet UNIQA aus der engeren Zusammenarbeit wertvolle Innovationsimpulse.





Sabine Pfeffer neu im Vorstand der UNIQA Group

In Nachfolge von Klaus Pekarek, der mit Jahresende 2022 in den Ruhestand wechselte, übernahm Sabine Pfeffer mit 1. April 2023 das Ressort Kunde & Markt Bank Österreich bei der UNIQA Insurance Group AG. Die Diplombetriebswirtin ist damit ab sofort für die Marke Raiffeisen Versicherung verantwortlich. Sabine Pfeffer hat einen Master in Legal Studies sowie den Universitätslehrgang Versicherungswirtschaft an der WU Executive Academy abgeschlossen. Mit mehr als 20 Jahren Führungserfahrung in der Versicherungsbranche verfügt sie neben umfangreichem Fachwissen auch über Expertise in den Bereichen Human Relations, Prozess- und Projektmanagement sowie Compliance- und Risikomanagement. Zuletzt hatte die Managerin den Verwaltungsbereich Personenversicherung bei der Wiener Städtischen Versicherung AG geleitet.



Beitritt zur Green Finance Alliance

Einen weiteren Meilenstein auf dem Weg zur Klimaneutralität hat UNIQA mit dem Beitritt zur Green Finance Alliance gelegt. Die Green Finance Alliance – eine Initiative des österreichischen Klimaschutzministeriums – will eine breite Allianz für den Klimaschutz in der Finanzindustrie des Landes etablieren. Da Nachhaltigkeit ein wesentlicher und integrativer Bestandteil der Konzernstrategie von UNIQA ist, war die Mitgliedschaft in der Green Finance Alliance ein logischer Schritt für das Unternehmen. UNIQA verpflichtet sich damit freiwillig, eine Vorreiterrolle in Sachen Klimaschutz einzunehmen, das Kerngeschäft schrittweise klimaneutral zu gestalten und sich am 1,5-Grad-Ziel des Pariser Abkommens auszurichten. Die Klimaneutralität soll in Österreich bis 2040 und in der gesamten UNIQA Group bis 2050 erreicht werden.

Akut-Versorgt:

Attraktives Zusatzservice jetzt auch in Oberösterreich

Seit 2017 bietet UNIQA als führender heimischer Gesundheitsversicherer Akut-Versorgt an – ein Zusatzservice in Kooperation mit Partnerspitälern und Ordinationsgemeinschaften. Dadurch können Kund:innen mit Sonderklasse- oder Privatarztversicherung außerhalb gängiger Ordinationszeiten und ohne langes Warten ambulant versorgt werden, etwa bei Rücken-, Hals- oder Ohrenschmerzen, kleineren Verletzungen oder Insektenstichen. Auch im Kompetenzcenter Gesundheit St. Stephan in Wels in Oberösterreich wird Akut-Versorgt nun angeboten. Dabei können die Ärzt:innen neben einem persönlichen Besuch auch per Videocall konsultiert werden – ein Service, das gern genutzt wird: In den letzten fünf Jahren konnte UNIQA mit Akut-Versorgt österreichweit rund 12.000-mal rasche Hilfe gewährleisten. UNIQA Versicherte können das Service 14 Monate lang ohne Zusatzkosten testen.



UNIQA Re, Zürich: Ivana Stark als neue CEO

Seit 1. Juni 2022 lenkt die Schweizerin Ivana Stark als CEO die Geschicke der UNIQA Re AG in Zürich. Ivana Stark war zuletzt bei QIC Global als Global Head of International Property and Engineering tätig und bringt auch dank ihrer wissenschaftlichen Ausbildung im Versicherungswesen die besten Voraussetzungen für die Leitung der UNIQA Re mit. Die UNIQA Re AG ist eine 100-prozentige Tochter der UNIQA Insurance Group AG. Als konzerninterner Rückversicherer berät UNIQA Re alle 40 Versicherungsgesellschaften der UNIQA Gruppe in 18 europäischen Ländern in Fragen der Rückversicherung im Life- und Non-Life-Bereich. Darüber hinaus verantwortet, koordiniert und gestaltet UNIQA Re interne und externe Rückversicherungsbeziehungen für Unternehmen der UNIQA Group und trägt dabei zur Optimierung des Risikokapitaleinsatzes bei.



Starkes Wachstum bei CHERRISK

Vier Jahre, vier Länder und alle drei Minuten eine Versicherungspolize. CHERRISK kommt seinem Ziel, den Anteil des Direktvertriebs sukzessive zu erhöhen und mittels digitaler End-to-End-Angebote vermehrt jüngere Zielgruppen anzusprechen, in großen Schritten näher. Mit Deutschland ist CHERRISK in einen der größten Versicherungsmärkte Europas eingetreten. In Ungarn, dem Heimmarkt von CHERRISK, wurde der Online-Vertrieb erfolgreich diversifiziert, und seit 2022 ist das innovative digitale Ökosystem unter der Marke UNIQA auch in der Slowakei und der Tschechischen Republik präsent. Damit haben mittlerweile mehr als 450.000 Nutzer:innen via CHERRISK direkten Zugang zu unserem vielfältigen Produktangebot aus Reise-, Haushalts- und Unfallversicherungen – und tun gleichzeitig Gutes: Die Solidargemeinschaft von CHERRISK zählt mittlerweile mehr als 50.000 aktive Spender:innen, die mehr als 50 Charity-Projekte ermöglicht haben.

Ukraine: Our hearts beat blue and yellow

Unter diesem Motto setzten UNIQA, vor allem aber ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im vergangenen Jahr eindrucksvolle Zeichen der Solidarität mit der seit Februar 2022 im Krieg stehenden Ukraine. Sowohl Mitarbeiter:innen als auch Kund:innen im Land konnten auf vollen Einsatz und Unterstützung der UNIQA Familie zählen. Die Betreuung unserer rund 1,6 Millionen ukrainischen Kund:innen lief ohne Unterbrechung weiter, die Bearbeitungszeit für Schadensmeldungen konnte sogar auf ein Drittel reduziert werden. Um den Betrieb aufrechtzuerhalten, wurden die Hauptgeschäftsstelle und die wichtigsten Regionalbüros mit Generatoren sowie zusätzlichen Mobilfunk- und Internetverbindungen ausgestattet. Oberste Priorität bei all diesen Maßnahmen hatte die Sicherheit unserer ca. 850 ukrainischen Kolleg:innen. Für 124 von ihnen, die mit ihren Angehörigen aus der Ukraine fliehen mussten, bot UNIQA – unterstützt durch mehr als 160 freiwillige „Buddys“ – zudem Unterkunft, finanzielle Unterstützung sowie psychologische und rechtliche Hilfe. Parallel dazu startete unter dem Titel „UNIQA Helping Hands“ eine Spendenaktion zur Finanzierung der Soforthilfe in den Krisengebieten, die auch medizinische Hilfs Transporte und die Errichtung von Aufnahmezentren an den Grenzen mit einschloss.





Privatklinik Döbling, Wien:

Investition von 60 Millionen Euro

Neue Operationssäle mit Tageslicht, mehr Platz für die Geburtsstation, eine Aufenthaltszone für Mitarbeiter:innen und zusätzliche Einzelzimmer für Patient:innen – das sind die wesentlichen Elemente des gerade laufenden Ausbaus der Privatklinik Döbling in Wien. Sie ist mit dem angeschlossenen Ambulatorium und Ordinationszentrum schon heute die leistungsstärkste Privatklinik Österreichs und zählt als Teil von PremiQaMed seit 1995 zur UNIQA Group. Rund 16.000 stationäre und 60.000 ambulante Patient:innen werden hier jährlich versorgt. Das nachhaltige Bauvorhaben zur Erweiterung und Modernisierung der Klinik – Photovoltaikanlage, Biodiversitätsgarten und begrünte Fassade inklusive – hat bereits begonnen und soll die führende Position der Privatklinik Döbling langfristig absichern. Mitte Jänner 2023 wurde der Grundstein für den fünfstöckigen Zubau gelegt, der den Gebäudestandard „klimaaktiv Gold“ erfüllen wird. Dazu wird ein Nachbargrundstück neu bebaut und an die bestehende Klinik angeschlossen. Der Klinikbetrieb ist von den Baumaßnahmen nicht betroffen und läuft uneingeschränkt weiter. Geplanter Abschluss des 60-Millionen-Euro-Projekts ist 2026.

Gut unterwegs zur attraktivsten Arbeitgeberin

Employee Experience, Kulturtransformation sowie Diversity & Inclusion – das sind die Schwerpunkte von UNIQA auf dem Weg zur attraktivsten Arbeitgeberin der Branche, einem zentralen Ziel im Rahmen der Strategie UNIQA 3.0. Laufende Investitionen, vor allem in Lernen, Entwicklung und Recruiting, sollen sicherstellen, dass UNIQA im Wettbewerb um Talente auch weiterhin erfolgreich bleibt. Mit Erfolg: Rund 600 neue Mitarbeiter:innen konnte UNIQA im Jahr 2022 allein in Österreich gewinnen, konzernweit waren es sogar 2.500. Laufend erhöht sich dabei auch der Anteil von Frauen in Führungspositionen, und auch der Gender Pay Gap beträgt nur mehr 0,6 Prozent. Wenig überraschend, dass das Feedback der Mitarbeiter:innen immer besser ausfällt: Mehr als 1.000 Bewertungen zählt UNIQA bereits auf der beliebten unabhängigen Bewertungsplattform kununu und darf sich hier über ein sehr solides Rating von 4,1 Sternen freuen.



Zahlreiche CSR-Aktivitäten in der CEE-Region

Motiviert durch den Claim „gemeinsam besser leben“ haben UNIQA Mitarbeiter:innen in der gesamten CEE-Region diverse CSR-Aktivitäten organisiert und unterstützt. So hat etwa die gesamte Belegschaft der UNIQA Mazedonien mit Hilfe des Roten Kreuzes Blut gespendet und dadurch mitgeholfen, Leben zu retten. Aber auch bei UNIQA Montenegro, UNIQA Bosnien und Herzegowina sowie UNIQA Ungarn zählt Blutspenden zu den regelmäßigen sozialen Aktivitäten der Mitarbeiter:innen. In der Slowakei wiederum hat UNIQA eine Partnerschaft mit der Liga für psychische Gesundheit begründet und arbeitet mit dieser im Bereich der CSR zusammen. Gemeinsam wurde ein Projekt entwickelt, in dessen Rahmen Kindern aus gefährdeten Familien eine spezielle therapeutische Behandlung angeboten wird.



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

„der Verlauf des Geschäftsjahres 2022, auf das wir vor wenigen Monaten noch voller Freude und Zuversicht geblickt hatten, ist dadurch [den Angriffskrieg der Russischen Föderation auf die Ukraine am 24. Februar 2022, Anm.] naturgemäß mit erheblichen Unsicherheiten verbunden“ – so haben wir an dieser Stelle vor einem Jahr geschrieben. Und auch noch gegen Jahresmitte war unsere Stimmung unverändert besorgt.

Denn zu diesem Zeitpunkt war noch keineswegs absehbar, dass das **Geschäftsjahr 2022** letztlich das bislang **erfolgreichste unserer Unternehmensgeschichte** werden würde: Hohe Wertberichtigungen bei russischen Anleihen, durch gestiegene Zinsen unter Druck gekommene Marktwerte von festverzinslichen Wertpapieren, signifikante Großschäden bei österreichischen Firmenkunden, inflationsbedingte Nachreservierungen für Unwetterschäden aus dem Sommer 2021 – eine ganze Reihe an Ereignissen während der ersten sechs Monate hat uns schließlich veranlasst, dem Kapitalmarkt im Juli per Ad-hoc-Mitteilung unsere gedämpften Aussichten für das Gesamtjahr zu kommunizieren.

Konstante und deutliche Verbesserung des Kerngeschäfts

Das 3. Quartal brachte dann aber eine Trendumkehr, die sich auch im 4. Quartal fortsetzte. Hauptgründe dafür waren unsere exzellente versicherungstechnische Entwicklung in CEE sowie eine sichtbare Verbesserung des Kerngeschäfts in Österreich. Letztlich konnten wir unser **vorgeschriebenes Prämienvolumen** um insgesamt **3,9 Prozent auf 6,605 Milliarden Euro steigern** und unseren **Kostensatz um 0,2 Prozentpunkte auf 27,2 Prozent reduzieren**. Die **Combined Ratio verbesserte sich** nochmals deutlich auf erfreuliche 92,9 Prozent, unterstützt durch signifikante Abwicklungsgewinne in Österreich aus konservativen Reservierungen der Vergangenheit, eine moderate Entwicklung des sogenannten Basisschadens im Privatkundengeschäft sowie die Beiträge unserer internationalen Rückversicherungspartner.

Hohe Wertminderungen bei den Kapitalanlagen

Für unsere Kapitalanlagen stellte das Geschäftsjahr 2022 aus zwei Gründen eine **besondere Herausforderung** dar: Einerseits haben die immer wieder **gestiegenen Zinsen** die Marktwerte der **festverzinslichen Wertpapiere und Fondszertifikate** zum Teil deutlich reduziert, nachdem wir zuvor die schwierige Niedrigzinsphase der letzten zwölf Jahre mit einem disziplinierten Asset-Liability-Matching gut bewältigt hatten. Dadurch waren wir zu Abschreibungen gezwungen, die nicht nur unser Eigenkapital um 1,27 Milliarden Euro auf 2,034 Milliarden Euro reduziert, sondern auch unsere Gewinn- und Verlustrechnung mit 166 Millionen Euro belastet haben.

Andererseits hat der Krieg im Osten erhebliche **Wertberichtigungen von 142 Millionen Euro bei unseren russischen und ukrainischen Bonds** notwendig gemacht. Diesen Impairments standen zwar deutlich über Plan liegende laufende Erträge aus anderen Assetklassen gegenüber, konnten diese aber nur teilweise kompensieren. Im Endeffekt lag unser **Net Investment Income mit 406 Millionen Euro** um 37,4 Prozent und damit deutlich unter dem Vorjahreswert (648 Millionen Euro). Unser Bestand an Kapitalanlagen reduzierte sich – ebenfalls durch die zinsbedingte Wertminderung bei festverzinslichen Wertpapieren und Fondszertifikaten – um 3,359 Milliarden Euro auf 18,426 Milliarden Euro.

Gestiegenes Ergebnis vor Steuern und Nettoergebnis

Vereinfacht gesagt, hat also ein abermals deutlich verbessertes versicherungstechnisches Ergebnis den stark reduzierten Beitrag aus Kapitalanlagen kompensiert. Als Konsequenz stieg unser **Ergebnis vor Steuern um 10,3 Prozent auf 422 Millionen Euro**. Der Anteil des internationalen Geschäfts lag dabei mit 174 Millionen Euro über jenem unserer österreichischen Gesellschaft, auf die 102 Millionen Euro entfielen. Unsere Rückversicherungstochter UNIQA Re mit Sitz in Zürich steuerte 75 Millionen Euro bei.

Bei einer geringen Steuerquote von 7,7 Prozent beträgt unser **Jahresnettoergebnis 383 Millionen Euro**. Es erlaubt uns, der Hauptversammlung am 6. Juni eine im Vergleich zum Vorjahr **unveränderte Dividende von 55 Cent pro Aktie** vorzuschlagen. Die Payout Ratio würde damit 44 Prozent betragen. Die ökonomische Solvenzquote der UNIQA Group stieg 2022 um 50 Prozentpunkte auf 246 Prozent.

Optimistischer Ausblick

Die anhaltenden Unsicherheiten auf den Kapitalmärkten veranlassen uns, weiterhin Vorsicht walten zu lassen und – genauso wie im Vorjahr – keinen konkreten Ausblick auf das laufende Geschäftsjahr zu geben. Dies mit drei Ausnahmen:

Erstens erwarten wir **weiterhin solide und resiliente Ergebnisbeiträge aus unserem versicherungstechnischen Kerngeschäft**, sowohl in Österreich als auch in CEE.

Zweitens bekräftigen wir als zweitgrößte Versicherung im Land unser **uneingeschränktes Commitment gegenüber der Ukraine**, dem ukrainischen Versicherungsmarkt und unseren etwa 900 ukrainischen Kolleg:innen. Ihnen gelten unser besonderer Dank und unsere Hochachtung, denn sie haben mit beispiellosem Mut, hoher Leidenschaft und beeindruckender Nervenstärke während des letzten Jahres mit allen zur Verfügung stehenden Mitteln unsere rund 1,4 Millionen ukrainischen Kund:innen unter schwierigsten Bedingungen exzellent betreut.

Und drittens wird – bei einem aktuellen Prämienanteil am gesamten Konzernvolumen von 0,8 Prozent und einem Ergebnisbeitrag von 6,1 Prozent – die schon bisher **untergeordnete Bedeutung unserer russischen Tochtergesellschaft** weiter abnehmen. Da wir das Neugeschäft sofort nach Kriegsausbruch de facto eingestellt haben, schrumpfen wir in Russland tagtäglich und evaluieren alle strategischen Optionen, inklusive eines Verkaufs der Gesellschaft.

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, der Krieg im Osten und seine wirtschaftlichen Konsequenzen überlagern derzeit vieles. Unseren **drei langfristig wichtigsten strategischen Aufgaben** – der kundenzentrierten Weiterentwicklung unserer Dienstleistungen und Prozesse, der konsequenten Ausrichtung unseres Unternehmens in Richtung ESG sowie unserem Bemühen als Arbeitgeberin um die besten Köpfe der jüngeren Generationen – kommen wir aber ebenso fokussiert und leidenschaftlich nach wie unserem operativen Tagesgeschäft.

Im zweiten vollen Jahr unseres Strategieprogramms „UNIQA 3.0 – Seeding the Future“ haben wir als Vorstandsteam mit unverändert viel Freude, Enthusiasmus und Stolz für Ihre UNIQA Group gearbeitet! Wir freuen uns, dies auch in Zukunft tun zu dürfen, und hoffen, Ihnen auch in einem Jahr einen für Sie zufriedenstellenden Bericht über die Geschäftsentwicklung geben zu können – dann zum ersten Mal in neuem Gewand, denn das Geschäftsjahr 2023 wird nach der **neuen Rechnungslegungsvorschrift IFRS 9/17** bilanziert werden.

Mit freundlichen Grüßen,
 Ihr
 Q. Jetter

Andreas Brandstetter
 im Namen des Vorstandsteams



Wofür wir stehen:

gemeinsam besser leben

Seit 1811 vertrauen uns Menschen und versichern sich bei uns. Unsere Aufgabe ist seither unverändert: Risiken, die die: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 über 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.

Nachhaltiges Wachstum in Österreich und CEE

Mehr als 16 Millionen Kund:innen in Österreich und Zentraleuropa vertrauen auf den erstklassigen Service der UNIQA Group.

In unserem Heimatmarkt Österreich blicken wir auf mehr als 200 Jahre Tradition im Versicherungsgeschäft zurück und zählen hier zu den führenden Anbietern unserer Branche. Auch unsere Marktposition in Zentraleuropa haben wir in den letzten Jahren durch die Integration der ehemaligen AXA-Gesellschaften in Polen, der Slowakei und Tschechien deutlich gestärkt. Trotz der wirtschaftlichen Herausforderungen setzt die UNIQA Group auch künftig auf einen konsequenten Wachstumskurs.

Österreich: Starke Position im Versicherungs- und Gesundheitsmarkt

Unsere gute Marktposition in Österreich wird durch innovative Produkte, einen schlagkräftigen Vertrieb sowie die bestens verankerten Marken UNIQA und Raiffeisen gesichert. Dank unserer langjährigen Erfahrung im Versicherungsgeschäft liegen wir heute mit einem Marktanteil von rund 21 Prozent an zweiter Stelle aller heimischen Versicherer, in der privaten Krankenversicherung sind wir seit vielen Jahren Marktführer. Direkt oder gemeinsam mit unserer Bank- und Vertriebspartnerin Raiffeisen betreuen wir in Österreich 3,7 Millionen Kund:innen. In den kommenden Jahren wollen wir unser Geschäft gerade im Gesundheitsbereich – einem attraktiven Wachstumsmarkt – gezielt weiter ausbauen.

Die seit vielen Jahren vergleichsweise solide Konjunktorentwicklung in Österreich und ein umsichtiger Regulator eröffnen auch für die Zukunft gute Perspektiven. Denn im österreichischen Versicherungsmarkt besteht nach wie vor Potenzial: Im Schnitt geben die Österreicher:innen derzeit 2.081 Euro pro Jahr für Versicherungen aus. Verglichen mit anderen westeuropäischen Ländern ist dies immer noch relativ wenig – vor allem angesichts des hohen Lebensstandards hierzulande.

CEE: Hohes Aufholpotenzial bei der Versicherungsdichte

Die Märkte in Zentral- und Osteuropa sind derzeit noch weit entfernt von Versicherungsausgaben dieser Höhe. Bei einer durchschnittlichen jährlichen Prämie von 240 Euro pro Kopf

(ohne Russland) 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 zentraluropäischen Versicherungsmärkten Polen, Slowakei, Tschechien und Ungarn, die wir als unseren zweiten Kernmarkt definiert haben, liegt die durchschnittliche Prämie pro Kopf bereits bei rund 430 Euro, und das bei steigender Tendenz.

Für UNIQA eröffnet dies attraktives Potenzial: Mit rund 12,3 Millionen Menschen sind bereits drei Viertel unserer Kund:innen in CEE zu Hause. Diese Region – sie beherbergt in Summe ca. 154 Millionen Einwohner:innen – verzeichnet seit Jahren einen beachtlichen wirtschaftlichen Aufschwung. Zwar kam es durch Covid-19 auch hier zu einem merklichen Wirtschaftseinbruch. Die Versicherungsmärkte in CEE konnten sich davon aber rasch wieder erholen und bereits im Jahr 2021 und auch 2022 wieder ein deutliches Prämienwachstum vorweisen.

Trotz schwieriger wirtschaftlicher Bedingungen, geprägt u. a. durch zweistellige Inflationsraten und sinkende Reallöhne, ist der Konvergenzprozess in CEE noch nicht abgeschlossen, und die Wachstumsraten in der Region werden nach Einschätzung aller Expert:innen weiterhin deutlich höher sein als jene im Euroraum. Langfristig erwarten wir daher – trotz der aktuellen Herausforderungen – einen kontinuierlichen Anstieg der Versicherungsdichte in den kommenden Dekaden.

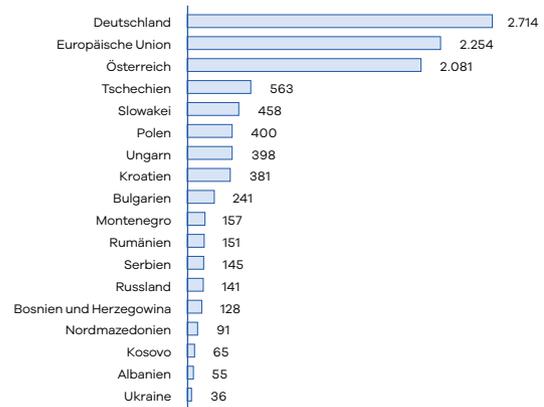
Denn mit immer höherem Wohlstand treten neben die Kfz-Haftpflichtversicherung, die traditionell das größte Volumen in CEE repräsentiert, vermehrt auch Versicherungen für Wohnung und Eigenheim sowie Produkte für den personenbezogenen Schutz wie Unfall- und Krankenversicherungen.

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.

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 auszu-

schütten 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.

CEE: Region mit großem Wachstumspotenzial
Versicherungsausgaben pro Kopf und Jahr in Euro



16,1 Mio.
Kund:innen

3,7 Mio.
Kund:innen in Österreich

7,5 Mio.
Kund:innen in CE

4,9 Mio.
Kund:innen in EE, SEE und Russland



Der Pin zeigt die Marktposition im jeweiligen Land.

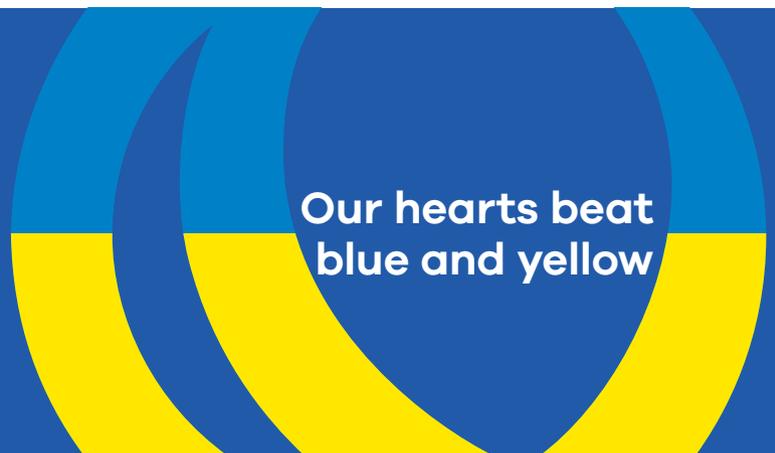
¹⁾ Die Marktposition in Russland bezieht sich nur auf die Lebensversicherung.

²⁾ Daten von Q4 2021, da in Ungarn keine Daten auf Unternehmensebene unterjährig veröffentlicht werden

Unser Ziel: Attraktivste Arbeitgeberin

Gemeinsam noch besser zusammenarbeiten!
In diesem Geist verfolgt die UNIQA Group das ambitionierte Ziel, bis 2025 die attraktivste Arbeitgeberin der Branche zu werden.

Konkret soll die Umsetzung der neuen Konzernstrategie UNIQA 3.0 auch im Personalmanagement zu signifikanten Verbesserungen führen. Auf einer Bewertungsskala von maximal fünf Sternen unseres „Five Star Ratings“ streben wir bis 2025 eine Bewertung von zumindest 4,5 Sternen in Bezug auf die Zufriedenheit und das Engagement der Mitarbeiter:innen an. Dafür haben wir eine Fülle von Maßnahmen konzipiert und bisher schon umgesetzt, weitere Schritte sind für die kommenden Jahre bereits konkret geplant.



Humanitäre Hilfe für unsere Mitarbeiter:innen aus der Ukraine

Der russische Angriffskrieg auf die Ukraine im Februar 2022 hat auch die UNIQA Group stark gefordert, denn in beiden Ländern sind wir mit lokalen Tochtergesellschaften aktiv. In einer zunächst spontanen und im weiteren Verlauf strukturiert umgesetzten Aktion wurde rasch und effizient Hilfe geleistet. Das intensive Engagement vieler UNIQA Mitarbeiter:innen und Teams zeigte dabei eindrucksvoll, dass unser Guiding Principle „Gemeinschaft“ bei UNIQA ein wirklich gelebter Wert ist.

Die Sicherheit unserer ca. 850 ukrainischen Kolleg:innen hatte bei allen Maßnahmen für uns oberste Priorität. 124 Kolleg:innen und ihren Angehörigen, die aus der Ukraine fliehen mussten, bot UNIQA Unterkunft, finanzielle Unterstützung sowie psychologische und rechtliche Hilfe. Ein eigens geschaffenes „Buddy-System“ brachte mehr als 400 Ukrainer:innen mit UNIQA Freiwilligen in Polen, der Slowakei, der Tschechischen Republik, Ungarn, Rumänien und Österreich zusammen. Nach einer Eingewöhnungsphase unterstützten über 100 lokale Buddys die Familien bei der Registrierung, gaben erste Orientierung und halfen bei der Suche nach Schulen, langfristigen Unterkünften und neuen Arbeitsplätzen. Mehr als 160 Freiwillige (Buddys und lokale Krisenteams) aus sechs Ländern setzten ein eindrucksvolles Zeichen der konzernweiten Solidarität.

Parallel dazu startete unter dem Titel „UNIQA Helping Hands“ eine Spendenaktion zur Finanzierung der Soforthilfe in den Krisengebieten, die auch medizinische Hilfstransporte und die Errichtung von Aufnahmezentren an den Grenzen umfasste. Insgesamt gingen über diese Aktion Geld- und Sachspenden im Wert von 5 Millionen Euro ein.

Fünf zentrale Handlungsfelder für HR

Massive Veränderungen im globalen Umfeld haben auch unsere Mitarbeiter:innen 2022 vor große Herausforderungen gestellt. Die Coronapandemie, der Ukraine-Krieg und seine Auswirkungen sowie die signifikante Inflation in allen unseren Märkten sind nur die wichtigsten davon. Gleichzeitig zeigt sich weltweit eine kollektive neue Haltung zum Thema Arbeit, die in vielen Bereichen zu einem Personalmangel und zu einem Wettbewerb um Talente geführt hat. Ein Grund mehr für UNIQA, unser strategisches Ziel der Positionierung als attraktivste Arbeitgeberin der Branche stringent umzusetzen. Wir wollen ein Unternehmen sein, in dem Menschen gern, sinnerfüllt und produktiv arbeiten.

Um dieses Ziel zu erreichen, haben wir im Rahmen von UNIQA 3.0 fünf zentrale strategische Handlungsfelder für das HR-Management in der gesamten UNIQA Group definiert, an deren Umsetzung auch 2022 tatkräftig gearbeitet wurde. So wurde etwa das übergeordnete Ziel einer Transformation unserer Unternehmenskultur weiter verfolgt, ebenso haben wir die gesamte „Employee Journey“ verbessert. Auf Basis der bisherigen positiven Erfahrungen gibt es nun auch eine klare Roadmap mit weiteren Verbesserungsinitiativen für die kommenden drei Jahre.

1 Employee Experience

Verbesserte HR-Prozesse in allen Bereichen und laufende Einholung von Feedback der Mitarbeiter:innen dazu

2 Employee Engagement

Weiterentwicklung der Unternehmenskultur entlang des aktuellen Strategieprogramms UNIQA 3.0

3 Learning & Leadership

Deutliche Schwerpunktsetzung in der Aus- und Weiterbildung entsprechend der definierten Lernstrategie sowie in der Entwicklung unserer Führungskräfte (Leadership Development)

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 auch konkret belegen lassen. Durch Verbesserungen in vielen Bereichen der sogenannten „Employee Journey“ und durch die laufende Einholung von Feedback dazu heben wir unsere gruppenweiten Standards weiter an und arbeiten so konsequent an der Etablierung der Marke UNIQA als führende Arbeitgeberin.
- Um unsere Zielkultur festzulegen, haben wir das Handlungsfeld **Employee Engagement** klarer eingegrenzt, gleichzeitig hat das neu geschaffene Culture Office gruppenweit Initiativen gesetzt. Nach der Definition der UNIQA Zielkultur im Jahr 2021 lag der Schwerpunkt im Jahr 2022 auf der Umsetzung von Projekten des Kulturwandels. Dazu haben wir etwa 30 interne Trainer:innen befähigt, interne Kulturworkshops durchzuführen, die mit der Etablierung von neuen Arbeits- und Verhaltensweisen experimentieren. Mehr als 700 Teilnehmer:innen in 14 Ländern nahmen an diesen Programmen teil und bewerteten diese durchwegs als sehr gut.
- Im Handlungsfeld **Learning & Leadership** lag und liegt unser Fokus nach den guten Erfahrungen der letzten beiden Jahre weiterhin auf dem „neuen Lernen“. Weiterhin setzen wir in unserem umfassenden Aus- und Weiterbildungsangebot stark auf digitale Formate wie Webinare und E-Learning. Zusätzlich haben wir 2022 jedoch auch wieder Präsenztrainings abgehalten. Eine neue Unternehmens-Policy regelt zudem die Unterstützung für externe Aus- und Weiterbildungen, Lehrgänge und Universitätsausbildungen. Seinen Start erlebte 2022 ein neues gruppenweites Leadership-Development-Programm, das unsere Führungskräfte im Sinn des 2021 neu entwickelten Führungsleitbilds zu „Inspiring Coach Leaders“ weiterentwickeln soll. Eine Fülle an Angeboten und Modulen wurde dafür neu geschaffen, ein Tool für eine freiwillige Selbstanalyse sowie individuelles Coaching inklusive. Neu entwickelt haben wir 2022 #leader_ship, eine Lernstrategie für digitale Skills, die 2023 in Umsetzung geht. Generell bildet die Stärkung der digitalen Fähigkeiten aller Mitarbeiter:innen in den kommenden Jahren einen Schwerpunkt. Weitere Initiativen umfassten u. a. einen Ausbau unseres Mentoringprogramms und die Einführung eines Shadowing-Programms, in dessen Rahmen Mitarbeiter:innen Mitglieder des Top-Managements in ihrem Berufsalltag beobachten können.
- Fast alle Projekte im HR-Bereich bauen auf unseren Initiativen im Handlungsfeld **Digital Skills** auf. Denn HR agiert immer stärker datenorientiert, und alle wesentlichen Prozesse werden automatisiert und digitalisiert. Ausgehend von einem Upgrade des in HR genutzten SAP-Systems haben wir den Grundstein für die Entwicklung neuer Analyse- und Analytics-Fähigkeiten sowie für die Einführung einer strategischen Personalbedarfsplanung gelegt. Die Digitalisierung erleichtert alle HR-Prozesse und ermöglicht UNIQA ein besseres Verständnis von personalrelevanten Daten und Fakten sowie eine vorausschauende, zukunftsorientierte Planung von Fähigkeiten und Ressourcen.
- Im Handlungsfeld **Future of Work** schließlich beobachten wir kontinuierlich den technischen Fortschritt am Arbeitsplatz, analysieren Veränderungen, die sich aus neuen Trends und Digitalisierung ergeben, und bieten Leitlinien zur besseren Orientierung in dieser neuen Arbeitswelt. Gemäß dem Leitsatz „Gemeinsam besser arbeiten“ bieten wir etwa vielfältige Informationen und Tipps, wie unsere Mitarbeiter:innen ihr Homeoffice so funktional wie möglich gestalten können, welche Meeting-Form für welchen Anlass geeignet ist und wie unsere Büroflächen am besten genutzt werden können. Anhand der Erkenntnisse aus einem Pilotprojekt zur Umgestaltung einer Etage im UNIQA Tower mit verschiedenen Arbeitszonen haben wir 2022 zudem ein Konzept für den Umbau von vier bis sechs weiteren Stockwerken erstellt.

Gemeinsam
besser leben.



Gemeinsam besser leben – Initiativen 2022

Das Motto „gemeinsam besser leben“ lebt UNIQA nicht nur in der Positionierung nach außen, sondern ganz bewusst auch gegenüber allen Mitarbeiter:innen. In diesem Sinn haben wir auch 2022 wieder eine Reihe von Initiativen im Sinn der Mitarbeiterzufriedenheit ins Leben gerufen bzw. fortgesetzt:

- **Fitnesspausen online:** „Gesunde Viertelstunde“ dreimal pro Woche mit VitalCoaches, 2022 zusätzlich auch wieder Sporteinheiten in Präsenz
- **Massageangebot:** nach Coronapause wieder aufgenommen
- **Kostenlose Beratung und Coaching** für berufliche und private Herausforderungen österreichweit für alle Mitarbeiter:innen durch Kooperation mit Mavie
- **Mavie Health Hub:** Massage, HealthCoach, Symptom-Checker im UNIQA Tower
- **UNIQA Chor**
- **Vereinbarkeit Beruf und Familie:** Kinder-Sommerncamp und betreuter Kindergarten



UNIQA Employer-Branding-Kampagne 2022

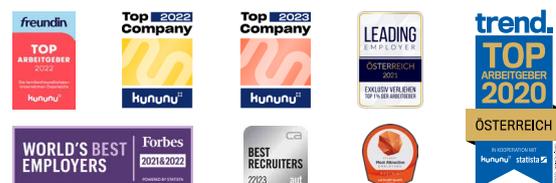
Unter dem Titel #startyourbetter startete UNIQA im Herbst 2022 die erste offizielle Employer-Branding-Kampagne des Unternehmens. Ziel war es, weiterhin die besten Talente für eine Karriere bei UNIQA gewinnen zu können. Denn auch UNIQA ist von den aktuellen Herausforderungen auf dem Arbeitsmarkt – Fachkräftemangel, demografischer Wandel und neue Anforderungen an die Arbeitswelt – betroffen. Zudem wissen Jobsuchende über die Qualitäten von UNIQA als Arbeitgeberin oft noch nicht ausreichend Bescheid.

Dies wollten wir mit einer großen Employer-Branding-Kampagne ändern. Ziel war es, UNIQA als Arbeitgeberin klar und differenziert auf dem Markt zu positionieren und dadurch mehr und vor allem mehr passende Bewerbungen zu erhalten. UNIQA ist die Entscheidung für ein besseres Leben. Dieses Versprechen gilt nicht nur für unsere Kund:innen, sondern auch für unsere Mitarbeiter:innen. #startyourbetter ist ein motivierender Aufruf, der für Bewerber:innen und UNIQA Kolleg:innen gleichermaßen gilt: UNIQA ist der Ort, wo jede und jeder ihr bzw. sein individuelles „Besser“ starten und aktiv gestalten kann.

Als Leistungsbeweis für dieses Versprechen dienen u. a. unsere flexiblen Arbeitsmöglichkeiten, die schrittweise Modernisierung unserer Büros, vielfältige Angebote für physisches und psychisches Wohlbefinden, die Services des Betriebsrats sowie etliche weitere Benefits wie Mitarbeiterbeteiligung und ein 2022 erhöhter Essenszuschuss. Zudem bauen wir auf eine Unternehmenskultur, die stark von Gemeinschaft und Wertschätzung geprägt ist.

Breite externe Anerkennung

Zahlreiche Arbeitgeberauszeichnungen und Gütesiegel, im Jahr 2022 etwa erneut „Forbes World's Best Employers“, zeigen, dass wir bezüglich unseres Ziels, attraktivste Arbeitgeberin der Branche zu werden, bereits auf einem guten Weg sind.





Diversity & Inclusion

Unsere Mitarbeiter:innen sind ebenso vielfältig wie unsere Kund:innen. Diese Vielfalt macht UNIQA zu einem 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.

Dies bedeutet auch, dass wir uns nicht nur in unseren beruflichen Rollen, sondern immer auch als Menschen wahrnehmen, in all ihrer Unterschiedlichkeit. Engagierte Mitarbeiter:innen haben auch 2022 im Rahmen von unterschiedlichen Netzwerken das Kundenerlebnis und die Arbeitswelt bei UNIQA aktiv mitgestaltet. So wurden beispielsweise zum Thema Generationen die Ergebnisse einer intern durchgeführten Studie präsentiert und darauf aufbauend Maßnahmen ausgearbeitet. Eine fundierte Analyse der Customer Journey aus der LGBTQIA+-Perspektive bietet Ansatzpunkte für konkrete Verbesserungen in diesem Bereich.

Unsere grundsätzliche Ablehnung jeder Form der Ausgrenzung und Diskriminierung haben wir 2022 erneut durch zahlreiche Akzente betont. So hat UNIQA den Tag der Inklusion von Menschen mit Behinderung ebenso gefeiert wie den Internationalen Weltfrauentag. Eine Veranstaltungsreihe des Frauennetzwerks hat während des ganzen Jahres viele Personen angesprochen. Im Pride Month waren neben der Teilnahme an der Pride Parade in Wien und Warschau die Regenbogen-Bespielung des UNIQA Towers und der Beitritt zu Pride Biz starke Zeichen für die Förderung sexueller Diversität in der Arbeitswelt.

Maßnahmen und Ziele 2022

Schon 2021 hatte UNIQA eine Beauftragte für Diversität & Inklusion bestellt und ein Diversity & Inclusion Committee ins Leben gerufen. In dieser Struktur haben wir unsere Ziele 2022 nun konsequent weiterverfolgt. Mit der im März 2022 vom Vorstand verabschiedeten „Diversitäts- und Inklusionsstrategie“ wurden zwei konkrete Schwerpunkte im Versicherungskerngeschäft bis Ende 2023 definiert und mit Kennzahlen hinterlegt: mehr Frauen in Leitungspositionen und höherwertigen Funktionen sowie Gehaltsgerechtigkeit.

- Im Bereich **Equal Pay** konnten wir am Standort Österreich durch die im Vorjahr gesetzten Maßnahmen den nicht erklärbaren Pay Gap bereits auf unter 1 Prozent reduzieren. Mit einem Regelkreis aus detaillierten Analysen und konkreten Maßnahmen soll eine faire Bezahlung weiterhin sichergestellt und eine schrittweise Reduktion des strukturellen Pay Gaps erreicht werden.
- Der Anteil von **Frauen in Leitungspositionen und höherwertigen Funktionen** soll um 5 Prozentpunkte gesteigert werden. Wir sehen eine Gleichstellung von Frauen in Expertenfunktionen als wichtige Basis für Gleichstellung in der Nachfolgeplanung und gleichberechtigte Teilhabe an allen Managementprozessen. Maßnahmen in unterschiedlichen HR-Prozessen sowie Mentoring, Unterstützung bei der Kinderbetreuung, Homeoffice und eine weitere Flexibilisierung der Arbeitszeit sollen die entsprechenden Rahmenbedingungen weiter verbessern.

Gleichzeitig haben wir einen standardisierten Prozess zur Behandlung von Diskriminierungsvorwürfen erarbeitet und implementiert sowie die Ausarbeitung einer gruppenweiten Diversity & Inclusion Policy in Angriff genommen.

Auch die Inklusion von Menschen mit Behinderung wurde 2022 konsequent weiterverfolgt. Durch die Teilnahme am myAbility Talent Programm hat sich UNIQA aktiv mit dem Karrierefaktor Behinderung auseinandergesetzt. Die Vernetzung mit hochqualifizierten Studierenden mit Behinderungen oder chronischen Erkrankungen soll schrittweise zu innovativeren und vielfältigeren Teams führen. Im Rahmen eines Audits wurde das neu gestaltete Stockwerk in unserem Headquarter auf Barrierefreiheit geprüft. Die Erkenntnisse sollen nun in die Gesamtplanung einfließen und UNIQA dabei unterstützen, noch inklusivere Arbeitsplätze anzubieten.

Prioritäten und Herausforderungen 2023

Neben dem fortgesetzten Fokus auf Gehaltsgerechtigkeit und der Erhöhung des Anteils von Frauen in Führungspositionen stehen 2023 erhöhte Transparenz und die weitere Sensibilisierung der Führungskräfte auf der Agenda. So ist eine neuerliche Indexierung im Rahmen des Frauen-Karriere-Index ebenso geplant wie Management-Gespräche zu unterschiedlichen Aspekten von Diversity & Inclusion. Diese werden auf Basis von Detailanalysen und neu zu schaffenden Dashboards erfolgen.

Daneben soll der Radius immer mehr auch auf unsere Kernmärkte ausgeweitet werden. In diesem Zusammenhang steht für 2023 eine qualitative Erhebung zu Vielfalt und Inklusion in den CEE- und SEE-Ländern auf dem Programm. In unserem zweiten Heimatmarkt CEE fokussieren wir uns im nächsten Schritt auf unsere großen Ländergesellschaften in Polen, der Tschechischen Republik und der Slowakei und setzen dort bis Ende 2023 ebenso standardisierte und regelmäßige Equal-Pay-Analysen und Maßnahmen um.

Schwerpunkt ist und bleibt auch 2023 die Förderung eines inklusiven und diskriminierungsfreien Arbeitsumfelds. Mit neuen Konzepten für eine weitere Flexibilisierung der Rahmenbedingungen wollen wir einerseits die Vereinbarkeit von Beruf und Familie stärken und gleichzeitig auf die veränderten Erwartungen der Generationen Y und Z reagieren. Eine stärkere Verankerung von Diversity & Inclusion in unseren HR-Prozessen soll durch ein entsprechendes Training im Rahmen des neu definierten Onboarding-Prozesses erreicht werden. Trainings zum Gleichbehandlungsrecht sollen dem Mitarbeiter:innen vor Diskriminierung und Belästigung besser schützen.

Nähere Informationen zum Thema Diversity Management finden sich im Corporate-Governance-Bericht ab Seite 45.

Group Executive Board



Andreas Brandstetter



Peter Eichler



Wolf Christoph Gerlach



Peter Humer



Wolfgang Kindl



René Knapp



Erik Leyers



Sabine Pfeffer



Kurt Svoboda

Andreas Brandstetter, 53

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 und schloss einen Executive MBA an der California State University, Hayward/IMADEC ab. Darüber hinaus absolvierte Andreas Brandstetter postgraduale Weiterbildungen an der Stanford Graduate School of Business sowie an der Harvard Business School. 2018 wurde er für drei Jahre zum Präsidenten von Insurance Europe, der Interessenvertretung der europäischen Versicherungen und Rückversicherungen in Brüssel, gewählt, 2021 wurde sein Mandat für weitere drei Jahre verlängert.

Peter Humer, 51

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. 2017 wurde Peter Humer Vorstandsmitglied für Vertrieb der UNIQA Österreich Versicherungen AG. 2019 absolvierte er eine Weiterbildung an der Harvard Business School.

Erik Leyers, 53

gehört dem Vorstand seit 2015 an und ist für das Ressort Data & IT verantwortlich. Der promovierte Volkswirt startete seine berufliche Laufbahn 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 ebenfalls postgraduale Weiterbildungen an der Harvard Business School.

Peter Eichler, 61

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. Zudem schloss er Executive-Programme an der Universität St. Gallen und an der Harvard Business School ab.

Wolfgang Kindl, 56

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

Sabine Pfeffer, 50

hat mit April 2023 die Leitung des Ressorts Kunde & Markt Bank Österreich übernommen und zeichnet seither für die Marke Raiffeisen Versicherung verantwortlich. Die Diplombetriebswirtin, die auch einen Master in Legal Studies sowie den Universitätslehrgang Versicherungswirtschaft an der WU Executive Academy abgeschlossen hat, besitzt mehr als 20 Jahre Führungserfahrung in der Versicherungsbranche. Zuletzt leitete sie den Verwaltungsbereich Personenversicherung bei der Wiener Städtischen Versicherung AG.

Wolf Christoph Gerlach, 43

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.

René Knapp, 40

gehört dem Vorstand seit Jänner 2020 an und verantwortet die Bereiche Human Resources, Marke und Nachhaltigkeit. Der 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 2015 um das Risk Management erweitert wurde. Neben seiner Tätigkeit für UNIQA setzt sich René Knapp nicht nur als Mitglied des Vorstands der AVÖ und des Risikomanagement-Komitees der Actuarial Association of Europe (AAE) für den Berufsstand der Aktuare ein, sondern nahm auch immer wieder Gastprofessuren an der Universität Salzburg und der TU Wien wahr. Zudem absolvierte er Executive-Programme an der Harvard Business School und der Sloan School of Management (MIT).

Kurt Svoboda, 56

ist seit Juli 2011 im Konzernvorstand für die Bereiche Finanz- und Risikomanagement zuständig. Von Dezember 2017 bis Juni 2020 fungierte er zusätzlich als CEO der UNIQA Österreich Versicherungen AG. Seine Karriere startete er im Jahr 1992 bei KPMG Austria GmbH, bevor er nach Leitungsfunktionen bei Versicherungsunternehmen 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 an der Universität St. Gallen sowie postgraduale Weiterbildungen an der Stanford Graduate School of Business und der Harvard Business School.



Was wir sein wollen:

Mehr als eine Versicherung

Seit 1811 ist es unsere Kernaufgabe, Menschen Sicherheit zu geben. Als verlässliche Partner:innen stehen wir an der Seite unserer Kund:innen – in Sachen Gesundheit und Vorsorge ebenso wie beim Schutz ihrer Sachwerte. Mit einer breiten Palette an Angeboten und Services, die längst weit über den Rahmen der klassischen Versicherung hinausreichen.

Denn in einer immer komplexer werdenden Welt voller Herausforderungen genügt es nicht, einfach eine Versicherung zu sein. Klimawandel, Naturkatastrophen, Veränderungen von Demografie und Arbeitswelt, politische Konflikte, wachsende Schuldenberge, Covid-19, Lieferengpässe bei Rohstoffen und Materialien und zuletzt noch ein brutaler Angriffskrieg mitten in Europa, explodierende Energiepreise und eine massive Inflation haben viele Grundprämissen unserer heutigen Welt in Frage gestellt. Vertrauen und Sicherheit gewinnen in diesem Umfeld immer mehr an Bedeutung, für Gesellschaft und Wirtschaft insgesamt, aber auch für jede:n Einzelne:n.

Genau hier kann UNIQA einen wichtigen Beitrag leisten. Und weil wir dies auch in Zukunft in der gewohnten Qualität und Verlässlichkeit tun wollen, arbeiten wir seit Ende 2020 im Rahmen des Strategieprogramms UNIQA 3.0 konsequent an der Optimierung und Erweiterung unseres Geschäfts. Auch 2022 haben wir dabei wieder große Fortschritte gemacht.

UNIQA 3.0: Unser Programm für die Zukunft

Wenn wir mehr sein wollen als eine reine Versicherung, müssen wir uns laufend weiterentwickeln und auch neue, vielleicht ungewohnte Wege beschreiten.

Mit diesem Ziel im Blick haben wir Ende 2020 unser Strategieprogramm UNIQA 3.0 präsentiert. Durch seine Umsetzung wollen wir unsere Relevanz und unsere Wirkung im Leben der Menschen nachhaltig erhöhen und damit unseren Leitspruch „gemeinsam besser leben“ verwirklichen. 2021 und erneut 2022 haben wir dabei beachtliche Fortschritte erzielt.

Gesundheit und Wohlstand schützen und verbessern

Das Zukunftsprogramm „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 dabei, die Gesundheit und den Wohlstand unserer Kund:innen in diesem Umfeld zu schützen und zu verbessern: UNIQA will die führende Dienstleisterin für ein besseres Leben sein. 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.

Klare Werte und ambitionierte Ziele

Gleichzeitig achten wir in allen unseren Tätigkeiten immer stärker auf eine verantwortungsvolle, nachhaltige Ausrichtung und klare Werte. Im Verhältnis zu unseren Kund:innen, aber auch im Unternehmen selbst wollen wir Inspiring Coaches sein und lassen uns in unserem Tun von fünf klaren Prinzipien leiten: Customer first, Einfachheit, Verantwortung, Integrität und Gemeinschaft.

Zur Umsetzung dieser Vision haben wir sechs Ziele formuliert: die Beibehaltung unserer Marktführerschaft in Österreich, den – durch die erfolgreiche Integration der 2020 erworbenen ehemaligen AXA-Tochtergesellschaften in Polen, der Slowakei und Tschechien bereits erreichten – Aufstieg unter die Top 5 in CEE, die Positionierung als beste Dienstleisterin und als attraktivste Arbeitgeberin der Branche, die Sicherung von Kosteneffizienz und Profitabilität sowie den Aufbau neuer Geschäftsfelder.

Damit setzen wir im Wesentlichen auf zwei Handlungsstränge: die Optimierung und Erweiterung unseres Kerngeschäfts einerseits sowie die Neuerkundung innovativer Geschäftsfelder, digitaler Geschäftsmodelle und den Aufbau eines Ökosystems im Gesundheitsbereich andererseits.

Unsere beiden geografischen Kernmärkte bleiben unverändert Österreich und CEE, wo wiederum Polen, Tschechien, die Slowakei und Ungarn im Fokus stehen. Unsere Kund:innen betreuen wir dabei seit 1. Jänner 2021 anstelle der bisherigen Spartengliederung unterteilt in die Segmente Retail, Corporate & Affinity sowie Bank-Assurance. Dies erlaubt uns eine wesentlich fokussiertere Ansprache und soll neben Effizienzgewinnen und einer weiteren Steigerung von Kundenzufriedenheit und -bindung auch zu Prämienzuwächsen führen.

Unsere strategischen Ziele bis 2025



Attraktive Arbeitgeberin

100 Mio. EUR

Umsatz mit neuen
Geschäftsmodellen



Beste Dienstleisterin
in Österreich und CEE

Top 5

Position in Fokusbörsen
in CEE

50 Mio. EUR

Reduktion der Betriebskosten

Nr. 1

Marktführerin in Österreich

Sehr konkret und ambitioniert sind die im Rahmen von UNIQA 3.0 für 2025 formulierten Zielvorgaben für unsere wichtigsten KPIs: Sie betreffen das Prämienwachstum (rd. 3 Prozent p. a.), die Combined Ratio in der Schaden- und 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 2022 weitere messbare Fortschritte erzielt.

Nachhaltigkeit und ESG als zentrale Anliegen

Einen Kern unseres Zukunftsprogramms UNIQA 3.0 bildet unser Bekenntnis zu einer nachhaltig ausgerichteten Unternehmensführung. Unser Ziel ist 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.

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

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.



Fortschritte in der Umsetzung

Unmittelbar nach der Präsentation von UNIQA 3.0 im November 2020 startete auch die Umsetzung der vielfältigen Maßnahmen, mit denen das Programm unterlegt ist. Schon 2021 und erneut 2022 haben wir dabei in allen Kerninitiativen sehr gute Fortschritte gemacht.

Bereits 2021 abgeschlossen werden konnten die operative Integration und das Rebranding der 2020 von AXA erworbenen Gesellschaften in CEE. Unser Ziel, in dieser strategisch hoch interessanten Region unter die Top 5 aufzurücken, haben wir damit frühzeitig erreicht. Laufend arbeiten wir hier weiterhin an der Hebung langfristiger Synergien und der strategischen Transformation der erworbenen Unternehmen im Sinn von UNIQA 3.0. Im Vordergrund stehen dabei die Themen Geschäftsmodell, Digitalisierung und Automatisierung sowie Unternehmenskultur.

Umgehend eingeleitet und weitgehend umgesetzt wurde unter dem Titel „Fit für die Zukunft“ zudem ein breit angelegtes Effizienzsteigerungsprogramm in Österreich. Neben einer Optimierung unseres Standortnetzwerks und der Zusammenlegung wichtiger Funktionen für die Kundengruppen Retail und Corporate zielte es insbesondere auf eine Bereinigung und Modularisierung unserer Produktlandschaft ab. Unserem Ziel, die Gesamtkostenquote in der Gruppe bis 2025 auf 25 Prozent zu drücken, kommen wir damit entscheidend näher.

Breiten Raum nahmen und nehmen daneben weiterhin unsere Initiativen für unsere Kund:innen ein, dasselbe gilt für den gruppenweiten Roll-out unserer neuen Unternehmenskultur, gezieltes Employer Branding und die attraktive Gestaltung der Employee Experience. Parallel dazu arbeiten wir im Innenbereich mit Hochdruck an der weiteren Verbesserung unserer Prozesse sowie der Weiterentwicklung unserer IT-Systeme und Daten. Auch hier setzen wir auf Digitalisierung, Automatisierung und Effizienzsteigerung ebenso wie auf eine Reduktion unseres ökologischen Fußabdrucks (weitere Details dazu siehe ab Seite 12 bzw. 26).

Unser Zukunftsprogramm 3.0

Unsere IDENTITÄT

Unser VERSPRECHEN

Durch die Kraft unserer Gemeinschaft **schützen und verbessern wir Gesundheit und Wohlstand**. Die Entscheidung für UNIQA ist die Entscheidung für ein besseres Leben.

GUIDING Principles

Unsere WERTE

Customer first

Wir **orientieren uns entschieden** an den Bedürfnissen unserer Kund:innen.

Einfachheit

Wir **handeln** und lernen aus Fehlern.

Verantwortung

Wir **ermutigen** uns gegenseitig, Verantwortung zu übernehmen.

Integrität

Wir **halten** unsere Versprechen.

Gemeinschaft

Wir **kooperieren** über gewohnte Grenzen hinweg.

Unsere STRATEGIE

Unsere GESCHÄFTSSTRATEGIE

1. Das Versicherungsgeschäft kundenorientierter und profitabler machen und innovative Services anbieten.
2. Neue Geschäftsfelder im Bereich Gesundheit entwickeln.
3. Unsere Mitarbeiter:innen sind die wichtigste Ressource von UNIQA.

Unsere ZIELE

- Marktführerin in Österreich
- Top 5 in Fokusbörsen international
- Beste Dienstleisterin
- Attraktivste Arbeitgeberin
- Kosteneffizienz und Profitabilität sichern
- Neue Geschäftsmodelle aufbauen

Finanzielle Initiativen UNIQA 3.0

	Finanzielle Kerninitiativen	Operative Erfolgsgrößen	2020	2021	2022	2025
Wachstum	1. Österreich – Marktführerschaft 2. CEE – Nr. 5 am Markt 3. Neue Geschäftsfelder – SanusX	Prämienwachstum	3,6 %	14,2 %	3,9 %	ø 3 % p. a.
Ertrag	4. Kostenreduktion Österreich und CEE 5. Stärkung Profitabilität – Schaden-/Unfallversicherung 6. Stabilisierung Bestand – Lebensversicherung	Kostensatz Combined Ratio Return on Equity	29,4 % 97,8 % 0,6 %	27,4 % 93,7 % 9,3 %	27,2 % 92,9 % 14,4 %	~ 25 % < 94 % 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	246 % 4,5 4,5	> 170 % ≥ 4,5 ≥ 4,5



gerade jetzt: gemeinsam besser leben

Inspiring Coaches an der Seite unserer Kund:innen

Gerade in herausfordernden Zeiten gewinnen Vertrauen und Sicherheit verstärkt an Bedeutung. Deshalb gilt der Anspruch, den unser Strategieprogramm UNIQA 3.0 für unsere Haltung gegenüber unseren Kund:innen formuliert, heute umso mehr: Wir wollen als Inspiring Coaches verlässliche Begleiter:innen unserer Kund:innen für die Verbesserung ihres Lebens sein und ihnen damit helfen, ihre eigene Verantwortung wahrzunehmen. Wir machen das besser als alle anderen und haben deshalb den Anspruch, die führende Dienstleisterin unserer Branche zu sein.

Um diesem hohen Anspruch gerecht zu werden, haben wir die Betreuung unserer Kund:innen auf vollkommen neue Beine gestellt und anstelle der bisherigen Spartengliederung nach den Kundensegmenten Retail, Bank und Corporate gegliedert. Dies erlaubt eine wesentlich 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, effiziente Prozesse, 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 insgesamt, 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.

Marktführerschaft in Österreich, weiteres Wachstum in CEE

In regionaler Hinsicht streben wir in Österreich die Absicherung und den 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. Die durch unser Start-up SanusX und die 2022 gegründete Mavie Holding vorangetriebene Entwicklung zu einem holistischen Gesundheitsanbieter unterstützt diesen Kurs gerade im vielfältigen Gesundheitsmarkt.

In CEE wiederum möchten wir, gestärkt durch die Übernahme der ehemaligen AXA-Gesellschaften in Polen, Tschechien und der Slowakei, das große Potenzial der nach wie vor anhaltenden EU-Konvergenz und der geringen Versicherungsdichte in der Region weiterhin gezielt nutzen. Dabei setzen wir auf eine radikale Transformation unseres Geschäftsmodells durch Digitalisierung, Standardisierung, mehr Transparenz, Hybridangebote für verschiedene Kanäle sowie länderübergreifende kundenzentrierte Angebote. Während wir dabei in unseren vier CEE-Kernmärkten Tschechien, Slowakei, Polen und Ungarn auf eine Allspartenausrichtung bauen, gehen wir in den restlichen CEE-Märkten selektiver vor.

Je nach Kundensegment folgen aus der grundlegenden Neuorientierung unseres Marktzugangs unterschiedliche Detailstrategien und entsprechende Maßnahmen. Vieles davon haben wir bereits 2021 eingeleitet und 2022 mit Hochdruck vorangetrieben.

Retail: Herausragende Kundenreise und einfache Produkte

Eine exzellente Customer Experience sowie eine klar verständliche Produktarchitektur bilden unsere obersten Prämissen und Ziele im Retailsegment. Die Kund:innen wünschen Individualisierung, Transparenz und Flexibilität, und darauf antworten wir mit einer Verschlanung und Modularisierung unseres Produktportfolios, aber auch mit dynamischem Pricing auf Basis individueller Kundenertragsratings. Dies unterstützt uns auch in der Harmonisierung unseres Versicherungsbestands, den wir schrittweise in allen Sparten auf seine Profitabilität hin durchleuchten. Parallel dazu haben wir unsere flächendeckende Präsenz in Österreich durch den Ausbau der Generalagenturen optimiert. Deren Vertriebsaktivitäten unterstützen wir durch einen modernen, einheitlichen – standortbezogenen aber individualisierbaren – neuen Webauftritt.

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 das gruppenweite Servicespektrum unter dem Dach der Mavie Holding bereits erfolgreich diversifiziert haben, sind wir nun dabei, auch das Thema Wohnen als eigenes Ökosystem zu etablieren. 2022 konnten wir hier etwa in Österreich eine Kooperation mit dem Online-Marktplatz WILLHABEN initiieren. Unter dem Namen „Rudi“ (Rund-um-deine-Immobilie) entsteht zudem gerade eine eigene Online-Plattform für Services rund um die Lebenswelt Wohnen: Von Wohnungssuche über Umzugs-, Handwerker- und Reinigungsservice bis hin zu Baby- oder Hundesitting wird sie Mehrwert für unsere Kund:innen und verbesserte Vertriebschancen für uns bringen.

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. 24/7 verfügbar, erleichtert sie den Kund:innen den Zugang zu unseren Services und durch diverse Self-Service-Features gleichzeitig uns die Administration. Die Einführung der elektronischen Unterschrift via Smartphone hat hier deutliche Fortschritte gebracht, mehr als 250.000 Versicherungsanträge sind bereits auf diese Weise digital bei uns eingegangen.



Ein weiteres stark nachgefragtes digitales Angebot ist 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 und deren Features wir laufend erweitern, wird bereits von 500.000 Kund:innen regelmäßig genutzt. Als sehr erfolgreich erwies sich auch unser neues Vorteils- und Kundenbindungsprogramm myUNIQA plus, das 2022 im zweiten Jahr seines Bestehens die Zahl seiner User:innen auf 250.000 verdoppeln konnte, viele davon Angehörige der jungen Generation. Mit diesem innovativen neuen Tool setzen wir neue Maßstäbe in Richtung Kundenbindung, Komplexitätsreduktion und Effizienzsteigerung.

Künstliche Intelligenz nutzen wir 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 die unter dem Namen CHERRISK entwickelte rein App-basierte Vertriebs-

plattform für einfache und jederzeit kündbare Reise-, Haushalts- und Unfallversicherungen, die länderübergreifende Angebote ohne physische Präsenz erlaubt. Nach einem erfolgreichen Pilotprojekt in Ungarn und dem Markteintritt in Deutschland wird diese Plattform nun auch unter der Marke UNIQA in weiteren Märkten, so etwa Rumänien, ausgerollt.

RETAIL

Herausragende Kundenreise und einfache Produkte

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





Bank: Marktausbau und Digitalisierung

Auf Basis einer generell engeren Zusammenarbeit möchten wir den Vertrieb unserer Produkte über Partnerbanken weiter stärken und die Marktdurchdringung in diesem Bereich erhöhen. Im Vordergrund stehen dabei Standardprodukte: In Österreich bieten wir über diese Schiene vorwiegend Sachversicherungen an, in CEE sind es auch Lebensversicherungen sowie Bündelprodukte zur Besicherung von Krediten. Wie im Segment Retail setzt dies eine Vereinfachung unseres Produktportfolios und eine Anpassung an veränderte Kundenbedürfnisse voraus. Dabei soll auch in diesem Kundensegment das Modell holistischer Ökosysteme eine ganzheitliche Betreuung gewährleisten.

Wie in den anderen Kundensegmenten streben wir auch hier eine verstärkte Digitalisierung an. Dabei setzen wir in Österreich wie in CEE auf standardisierte digitale Verkaufsplattformen wie die UNIQA Customer Platform (UCP), von denen aus wir gemeinsam Finanzservices aus einer Hand anbieten. Apps und weitere Lösungen, z. B. der Verkauf standardisierter Produkte via Telefon, sollen die Präsenz zusätzlich erhöhen. Ein gelungenes Beispiel dafür war im Berichtszeitraum ein Projekt der Tatra Banka mit Unfallversicherungspolizzen.

Gleichzeitig arbeiten wir auch in diesem Segment besonders in CEE an einer Verbesserung der Kundenreise und haben dazu in Kroatien, Serbien, Bosnien und Herzegowina, Montenegro und Bulgarien unter dem Titel „SEE5“ ein Pilotprojekt gestartet: Es zielt auf eine regionale Harmonisierung von Produkten, Prozessen und IT-Landschaft ab, um sowohl Kundenkomfort als auch Effizienz zu steigern. Den beteiligten, einzeln betrachtet relativ kleinen Gesellschaften bringt dies nicht nur eine bessere Position im Markt und erschließt ihnen damit Wachstumspotenzial, sondern reduziert auch die Komplexität und wirkt sich dadurch positiv auf die Kundenreise und die Profitabilität aus.

BANK

Marktausbau und Digitalisierung

- Finanz-Services aus einer Hand
- Vereinfachung des Produktportfolios
- Standardisierte digitale Verkaufsplattformen

Corporate: Innovative Services und Vertriebswege

Maßgeschneiderte Lösungen und neue Ansätze im Vertrieb charakterisieren unseren Zugang zu unseren Firmenkunden. Während wir uns hier in Österreich verstärkt als Unternehmensversicherung vor Ort positionieren, liegt der Fokus in CEE auf Risk Engineering. Zunehmend legen wir dabei Wert auf eine ESG-konforme Produktgestaltung und die Berücksichtigung von ESG-Kriterien im Underwriting. Parallel dazu treiben wir die Entwicklung „grüner“ Produkte voran.

Um unser Service noch zielsicherer gestalten zu können, haben wir im Berichtszeitraum unser Operating Model für Gewerbekunden optimiert und unsere Produkte je nach Kundengröße und Standardisierungsgrad in vier Cluster gegliedert. Damit wir als „Versicherer vor Ort“ tatsächlich Mehrwert bieten können, haben wir auch unsere lokale Präsenz gestärkt und unsere Expert:innen intensiv geschult, um direkt bei den Kund:innen Risiken bewerten und unmittelbar versichern zu können. Eine Risk Engineering App unterstützt unsere Berater:innen bei diesem „Real-Time-Assessment“.

Schwerpunkte setzen wir im Bereich Corporate sowohl in Österreich als auch in CEE in der Sachversicherung und mit maßgeschneiderten Affinity-Programmen – individuellen Angeboten für unsere Kund:innen oder deren Mitarbeiter:innen, um diese in Sachen Gesundheit bzw. Gesundheitsvorsorge zu unterstützen. Ein Beispiel dafür sind Employee Benefits in der Kranken-, Unfall- und Lebensversicherung. Auch hier spielen unsere Tochterunternehmen SanusX bzw. Mavie mit innovativen Konzepten für Corporate-Health-Lösungen eine wichtige Rolle. So steht Mavie derzeit bereits 150 Unternehmen mit 120.000 Mitarbeiter:innen, darunter so renommierte Namen wie IKEA und REWE, mit kundenzentrierten Lösungen für Diagnostik, physische und mentale Gesundheit sowie Ernährung zur Verfügung (siehe dazu auch ab Seite 32). Zum Jahreswechsel 2022/23 erfolgte zudem der Launch eines eigenen Mavie-Portals, das vielseitige Unterstützung und praktische Tipps für Mitarbeiter:innen bietet.

Unterstützt durch eine gruppenweite digitale Plattform für Underwriting, Vertrieb und Risikomanagement, setzen wir im Standardgeschäft auch bei Corporate-Kunden auf Automatisierung und Digitalisierung. Durch den Zugriff dieser Plattform auf eine zentrale „Product Factory“ konzentrieren wir unsere Kräfte und schaffen Synergien, auf deren Basis wir unsere Servicequalität und -geschwindigkeit weiter steigern können.

Die fortschreitende Digitalisierung verändert aber auch unser Geschäft an sich: So verzeichnen wir vor allem in Österreich bei Cyberversicherungen 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 Industriekunden – interessanten Option.

Wie in den anderen Kundensegmenten auch setzen wir im Bereich Corporate auf eine Harmonisierung unseres Versicherungsbestands, um effizienter und konzentrierter agieren zu können und letztlich unsere Ertragskraft zu steigern. Ausgehend von der Schaden- und Unfallversicherung durchleuchten wir hier schrittweise alle Sparten.

CORPORATE

Innovative Services und Vertriebswege

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

Exzellente Prozesse, erstklassige Daten

Was unsere internen Operations betrifft, arbeiten wir in Österreich wie in CEE laufend intensiv daran, uns in Sachen Produktion und Effizienz weiter zu verbessern. Dies umfasst eine Steigerung der Durchpolizzierungs- und der Automatisierungsquote im Antragsprozess bzw. in der Schadenerledigung ebenso wie laufende Effizienzsteigerungen und Kostensenkungen, etwa durch konsequente Prozessvereinfachung. Ziel ist es, die gesamte Abwicklung eines Versicherungsvertrags – vom Antrag bis zu einer allfälligen Leistung – automatisch und digitalisiert umzusetzen.

Als Grundlage dafür 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 in Sachen IT Security und Cybersecurity, um unserer Vertrauensstellung als Versicherung gerecht zu werden.

Rebranding und Kulturprogramm

Da sich der neue Anspruch von UNIQA 3.0 auch in unserem Unternehmensauftritt nach außen manifestieren sollte, haben wir 2021 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. Konzipiert und koordiniert durch das 2021 etablierte Culture Office, hat der Roll-out dieses Programms 2022 beachtliche Fortschritte gemacht. Sein Anliegen ist es, unsere Mitarbeiter:innen mit unserer Vision, unserer Strategie und unserer neuen Unternehmenskultur vertraut zu machen, sie zu aktivieren und auf unsere Transformationsreise mitzunehmen. Diesem Ziel diene und dient eine Fülle an Informationsveranstaltungen und Workshops in allen Unternehmensbereichen. Auch 2023 werden wir diesen Prozess fortsetzen und z. B. mit dem Inspiration Festival einen weiteren deutlichen Akzent setzen.



© AdobeStock / fizkes



Auf dem Weg zu einem holistischen Gesundheits- anbieter

Mit der Gründung der Mavie Holding im September 2022 hat UNIQA ihre über das klassische Versicherungsgeschäft hinausgehenden Aktivitäten im Gesundheitsbereich gebündelt und sich damit in einem attraktiven Markt neu positioniert. Mavie vereint sowohl die PremiQaMed Group als auch die Angebote von SanusX und die UNIQA Health Services unter einem Dach und schafft damit ein umfassendes „Ökosystem Gesundheit“. Das vielfältige Portfolio reicht von Privatkliniken, Ärztezentren und Ambulatorien über Gesundheitsnetzwerke wie LARA, VitalCoaches oder VitalHotels und 24-Stunden-Betreuung bis hin zu betrieblichem Gesundheitsmanagement. Das Fazit: immer neue und noch attraktivere Angebote für eine wachsende Zahl an Kund:innen – bestehende ebenso wie neue.

Umfeld: Gesundheit ist ein vielfältiger – und anspruchsvoller – Markt

Nicht erst seit Covid-19 ist Gesundheit ein zentrales Thema im Bewusstsein der Menschen: Für neun von zehn Personen ist sie der wichtigste Faktor für Glück. Der Anspruch in einem Land wie Österreich muss daher lauten: ein Gesundheitssystem auf höchstem Niveau für alle.

Doch die Herausforderungen sind vielfältig: Die Gesellschaft wird immer älter – 2030 werden bereits 30 Prozent der österreichischen Bevölkerung über 60 Jahre alt sein. Damit steigen die Ansprüche an das Gesundheitssystem immer weiter, und auch Betreuung und Pflege gewinnen zunehmend an Bedeutung. 75 Prozent der Menschen haben Rückenschmerzen, 50 Prozent leiden unter psychischem Stress, 17 Prozent unter Schlaflosigkeit. Auch junge Menschen sind immer stärker betroffen: 20 Prozent der Generation Z in Europa berichten über schlechte oder sehr schlechte mentale Gesundheit – mehr als in anderen Generationen.

Die konventionelle Gesundheitsversorgung setzt jedoch auf sogenannte Reparaturmedizin statt auf Vorsorge: Nur rund 2 Prozent der Gesamtausgaben entfallen in Österreich auf Prävention, der Rest auf stationäre oder ambulante Behandlung. Explodierende Kosten und Fachkräftemangel bringen das System an seine Grenzen. Mit jährlichen Pro-Kopf-Ausgaben von rund 4.000 Euro ist das Gesundheitssystem in Österreich nach Deutschland und den Niederlanden das drittteuerste in ganz Europa. Ungeachtet dessen steigen körperliche und mentale Krankheiten weiter an – mit massiven Auswirkungen auf Menschen, Gesellschaft und Wirtschaft.

Hier sind neue Konzepte gefragt. Ein zentraler Ansatz ist etwa ein Umdenken von der reinen Versorgung in Richtung Vorsorge. So werden Gesundheitsangebote von Arbeitgeber:innen immer relevanter und sind weit mehr als nur ein Lifestylethema: Rund 60 Prozent der Arbeitnehmer:innen finden Arbeitgeber:innen mit betrieblichem Gesundheitsangebot attraktiver als solche ohne. Gleichzeitig muss im Krankheitsfall eine effiziente, hochwertige Behandlung sichergestellt sein – stationär ebenso wie ambulant. Dasselbe gilt für ein kompetentes Betreuungsangebot, das ein Altern in Würde gewährleistet. Auch Gesundheitsbildung gewinnt angesichts der komplexen Thematik und der vielfältigen Angebote und Möglichkeiten immer stärker an Relevanz.

Mavie: Strategische Neupositionierung im Bereich Gesundheit

UNIQA möchte – und kann – in all diesen Bereichen einen Beitrag leisten. Im Rahmen eines umfassenden „Ökosystems Gesundheit“ wollen wir die Menschen in Sachen Gesundheit ihr ganzes Leben lang als relevanter Partner:innen begleiten und unterstützen – von der Geburt bis zum aktiven Altern, mental wie auch körperlich, im privaten Umfeld wie am Arbeitsplatz. Wir setzen damit eine Tradition von mehr als 200 Jahren fort: Seit 1811 stehen wir an der Seite der Menschen und unterstützen sie dabei, ihre eigene Verantwortung wahrzunehmen.

Mit dem Anspruch, uns als holistischer Gesundheitsanbieter zu etablieren, gehen wir bewusst über das klassische Versicherungsgeschäft hinaus und ergänzen unser Angebot um ein breites Portfolio an gesundheitsbezogenen Dienstleistungen. Wir wenden uns damit an Menschen, Organisationen und Unternehmen, die ihre Gesundheit und ihr Wohlbefinden aktiv fördern wollen. Dazu zählen existierende UNIQA Versicherungskund:innen, besonders aber auch Neukund:innen. Schon in der Vergangenheit haben wir hier mit Initiativen wie dem betrieblichen Gesundheitsmanagement, dem Aufbau des Gesundheitsnetzwerks LARA (Labor, Arzt, Röntgen, Apotheke) oder dem Einstieg bei der PremiQaMed Group – dem führenden Betreiber von Privatkliniken in Österreich – wichtige Impulse gesetzt und können somit auf einem reichen Erfahrungsschatz und einem soliden Grundstock an Assets und Leistungen aufbauen.

Um unsere Aktivitäten in diesem Bereich zu bündeln und gemeinsam strukturiert weiterentwickeln zu können, wurde im September 2022 die Mavie Holding gegründet. Sie soll das Gesundheitsangebot von UNIQA auf eine neue Ebene heben und vereint dazu [künftig] folgende Unternehmen:

- PremiQaMed Group
- UNIQA Health Services
- SanusX



Damit findet sich unter dem Dach der Mavie Holding ein denkbar breites Portfolio an Aktivitäten bzw. Angeboten, zudem werden laufend neue Geschäftsmodelle und Leistungsbereiche identifiziert, bewertet und gegebenenfalls verfolgt: Die seit 2011 zur UNIQA Familie gehörige **PremiQaMed Group** repräsentiert mit ihren Privatkliniken, Ärztezentren und Ambulatorien die klassische medizinische Versorgung auf höchstem Niveau. Ähnliches gilt für die UNIQA Health Services, die über Gesundheitsnetzwerke wie z. B. **LARA** vor allem im ambulanten Bereich Zugang zum Dienstleistungs- und Beratungsangebot von mehr als 800 Netzwerkpartner:innen bieten. SanusX wiederum, das von UNIQA 2020 gegründete Corporate Start-up, das die Entwicklung der Gruppe zum holistischen Gesundheitsanbieter vorantreiben soll, bringt **Mavie**, einen innovativen Anbieter betrieblicher Gesundheitsvorsorge, sowie einen 39-Prozent-Anteil an dem in Österreich marktführenden 24-Stunden-Betreuungsunternehmen **cura domo** ein. Zudem ist SanusX für die Exploration neuer Geschäftsmodelle im Gesundheitsbereich verantwortlich. Ebenfalls im Portfolio befinden sich innovative digitale Services für Apotheken und deren Kund:innen, wie z. B. **24Med2U**. In allen Bereichen sind ein weiterer Ausbau, die Schaffung neuer Angebote, eine Festigung der Marktposition und weiteres Wachstum geplant – nicht zuletzt durch die Akquisition bestehender Unternehmen. Innovation und Digitalisierung spielen dabei eine zentrale Rolle.

Aufstieg zur Nummer 1 in der betrieblichen Gesundheitsvorsorge ...

Angesichts der großen Wachstumschancen im Gesundheitsbereich hat UNIQA das Ziel formuliert, bis 2025 mit Gesundheitsdienstleistungen jährlich zumindest 100 Millionen Euro zusätzlichen Umsatz zu erwirtschaften. Gleichzeitig ist es die klare Ambition, mit Mavie in der betrieblichen Gesundheitsvorsorge die Nummer 1 zu sein. 2022 als betriebliche Gesundheitsmarke ausgerollt, steht Mavie derzeit bereits 150 Unternehmen mit 120.000 Mitarbeiter:innen, darunter so renommierte Namen wie IKEA und REWE, mit kundenzentrierten Lösungen für Diagnostik, physische und mentale Gesundheit sowie Ernährung zur Verfügung. Mavie kann dabei auf mehr als 20 Jahre Erfahrung im Bereich Betriebliches Gesundheitsmanagement und bestehende hochwertige Services wie z. B. Mobile Health Checks aufbauen und ist im Bereich der betrieblichen mentalen Gesundheitsvorsorge bereits Marktführer. Das Unternehmen wird diesen Schwerpunkt weiter vertiefen und neue analoge und digitale Services für mentales und körperliches Wohlbefinden entwickeln und anbieten.



Corporate Health Services für mentales und körperliches Wohlbefinden

Angebot/Leistungen

Betriebliches Gesundheitsmanagement (Diagnostik, physische und mentale Gesundheit, Ernährung)

Kund:innen

ca. 150 Unternehmen mit ca. 120.000 Mitarbeiter:innen

Mitarbeiter:innen

55, davon 32 psychosoziale Berater:innen

Ziele/Strategie

Aufstieg zur Nummer 1 für Corporate Health in Österreich; Ausbau der Produktpalette; Erweiterung des Kundenstamms; Internationalisierung

... und Investitionen bei PremiQaMed

Auch im Bereich Privatkliniken investiert UNIQA derzeit kräftig in den weiteren Ausbau: In Wien entsteht seit 2022 ein Zubau zur Privatklinik Döbling, der neue Operationssäle mit Tageslicht, mehr Platz für die Geburtsstation, zusätzliche Einzelzimmer für Patient:innen sowie attraktive Arbeits- und Aufenthaltsbereiche für Mitarbeiter:innen beherbergen wird – Photovoltaikanlage, Biodiversitätsgarten und begrünte Fassade inklusive. Rund 60 Millionen Euro fließen in das Projekt. Geplanter Abschluss der Arbeiten an der schon heute leistungsstärksten Privatklinik Österreichs ist Mitte 2025.



UNIQA Health Services: Leistungsstarke Gesundheitsnetzwerke

Angebot/Leistungen

Service und Convenience durch Partnernetzwerke (LARA, VitalHotels, VitalCoaches etc.) mit zahlreichen Gesundheitsdienstleister:innen (rasche Terminvereinbarung, 24/7-Service, digitale Buchung, erleichterte Abrechnung, ärztliche Beratung auch mittels Telemedizin, Prävention, Wellness, Fitness etc.)

Nutzer:innen/Leistungsfälle

> 50.000

Mitarbeiter:innen

11

Netzwerkpartner:innen

> 800 entlang der Journey „Gesund bleiben und werden“ (Ärzt:innen, Ordinationen bzw. Gesundheitszentren, Labors, Röntgeninstitute, Apotheken, Fitness, Lifestyle, Prävention etc.)

Ziele/Strategie

Österreichweite Akquisition weiterer Netzwerkpartner:innen (Schwerpunkt LARA); neue Kundenplattform gemeinsam mit Mavie



SanusX: Neue Modelle für Rekrutierung und Innovation

Mit SanusX werden in der UNIQA Group nicht nur neue Rollen im Bereich Gesundheit und Innovation geschaffen, sondern es werden auch neue Wege im Bereich der Talenterkennung beschritten, ein neues Level an Diversität geschaffen und neue Formen der Zusammenarbeit gelebt.

So besteht das aktuelle Team von SanusX bereits aus Mitarbeiter:innen aus 19 verschiedenen Nationen, und dies eröffnet auch eine globale Perspektive auf das Thema Gesundheit. Der professionelle Hintergrund der Mitarbeiter:innen reicht von Start-up-Erfahrung über medizinische Expertise, M&A,

agile Arbeitsweisen und User-Experience-Design bis hin zu Business- und globaler Markenentwicklung.

Ein Kernelement der Rekrutierungs- und Ideenfindungsstrategie von SanusX ist das jährliche Entrepreneur-in-Residence (EiR)-Programm, bei dem innerhalb eines knappen Zeitrahmens von jeweils sieben Wochen Ideen entwickelt, umgesetzt und oft realisierbare Prototypen auf den Markt gebracht werden. Das Programm zieht weltweit führende Talente von renommierten Hochschulen wie INSEAD, London Business School, Cambridge Judge Business School, Imperial, Wirtschaftsuniversität Wien, Oxford Saïd Business School und anderen an. Durch die Kombination unterschiedlicher Fachrichtungen wie Gesundheitswesen, Medizin, Unternehmensführung und Wirtschaft erreicht SanusX hier nicht nur sein primäres Ziel der Rekrutierung von Top-Talenten, sondern profitiert auch von einem Nebeneffekt, nämlich dem raschen Aufbau von neuen Ideen für innovative Geschäftsmodelle. Das EiR-Programm stärkt zudem die Positionierung von SanusX bei führenden internationalen Business Schools und Universitäten. 2023 findet es bereits zum vierten Mal statt.



Führender Betreiber von Privatkliniken, umfassender Anbieter privater Medizin

Angebot/Leistungen

5 Privatkliniken, 1 Ambulatorium, 1 Rehabilitationszentrum, 1 Gesundheitszentrum

Patient:innen

ca. 46.000 stationär, ca. 100.000 ambulant

Mitarbeiter:innen

ca. 2.000

Ziele/Strategie

Weiterentwicklung bestehender Standorte; Zusatzangebote im Bereich Corporate Health und weiteren neuen Geschäftsfeldern



Österreichs Nummer 1 für 24-Stunden-Betreuung

Angebot/Leistungen

24-Stunden-Betreuung zu Hause

Kund:innen

ca. 1.000 Familien

Mitarbeiter:innen

ca. 2.000 Betreuer:innen

Ziele/Strategie

Etablierung als 24-Stunden-Betreuungsagentur der Wahl in Österreich; Wachstum auf 3.000 Betreuer:innen



Was wir Investor:innen bieten:

Eine attraktive Rendite auf ihr Kapital

Die meisten Investor:innen denken an unsere Aktie, wenn von UNIQA auf dem Kapitalmarkt die Rede ist. Aber auch unsere Anleihen notieren – wenn auch weniger prominent – an der Wiener Börse. Beide Wertpapierkategorien sind interessante Anlageoptionen für private wie institutionelle Investor:innen. So zählt die UNIQA Aktie zu den 15 dividendenstärksten Titeln an der Wiener Börse – im Dezember 2022 anschaulich dokumentiert durch die Aufnahme in den ATX Top Dividend. Unsere Anleihen wiederum befinden sich in der Bewertung durch Standard & Poor's nachhaltig auf einem sehr guten Bonitätsniveau.

Basis für all dies ist eine solide Unternehmensperformance. UNIQA hat 2022 trotz aller Herausforderungen ein sehr starkes Ergebnis erwirtschaftet. Während unser Kapitalanlageergebnis angesichts des schwierigen Marktumfelds unter Druck stand, ist es uns gelungen, das versicherungstechnische Ergebnis weiter zu verbessern und das Ergebnis vor Steuern auf 422 Millionen Euro zu steigern. Mit einer Combined Ratio von 92,9 Prozent haben wir unsere mittelfristigen Pläne und Erwartungen erneut übertroffen. Darauf stützt sich auch unser attraktiver Dividendenvorschlag von 0,55 Euro pro Aktie.

Herausforderndes Markt- umfeld, hohe Volatilität

Nach einem vielversprechenden Start stellte das Jahr 2022 die Kapitalmärkte in aller Welt vor erhebliche Herausforderungen.

Hauptbelastungen waren der Ukraine-Krieg und die in der Folge verhängten Sanktionen, die durch den Krieg noch verschärfte Energiekrise, die stark gestiegene Inflation und die damit verbundenen Zinserhöhungen der Notenbanken. Hinzu kamen Rezessionsorgen und anhaltende Lieferkettenprobleme.

Österreich ließ mit einem Wirtschaftswachstum von 5,1 Prozent im Jahr 2022 die Eurozone hinter sich, deren BIP im selben Zeitraum um insgesamt 3,5 Prozent zulegen. Für 2023 wird ein deutliches Nachlassen der Wachstumsdynamik erwartet: Für Österreich prognostizieren die Expert:innen derzeit ein Plus von nur 0,5 Prozent und für die Eurozone einen Zuwachs von 0,9 Prozent.

Aktien 2022 weltweit gefallen

Mit Ausnahme der Rohstoffe haben so gut wie alle Assetklassen das Jahr 2022 mit zum Teil deutlichen Verlusten abgeschlossen. Ungewöhnlich ist dabei, dass sowohl Aktien als auch Anleihen an Wert verloren haben. Die weltweiten Aktienkurse unterlagen bereits kurz nach Beginn des Jahres unter dem Eindruck des russischen Angriffs auf die Ukraine starken Schwankungen. Angesichts der allgemeinen Verunsicherung stiegen viele Anleger:innen von Aktien auf Staatsanleihen und Investments in Gold um.

Als Folge gaben alle großen Aktienindizes weltweit nach. So brach etwa der DAX Ende Februar 2022 mit Beginn des Kriegs schlagartig um rund 8 Prozent ein. Nachdem der deutsche Leitindex im Vorjahr noch um 15,8 Prozent gestiegen war, verlor er im Verlauf des Jahres 2022 um 11,4 Prozent an Wert. Selbst im Corona-Krisenjahr 2020 war der DAX nur um 3,7 Prozent zurückgegangen. Auch der Technologieindex TECDAX sank im Jahr 2022 um fast ein Viertel. 2020 und 2021 hatten die globalen Aktienmärkte auf Basis

starker Konjunkturdaten, steigender Unternehmensgewinne und anziehender Arbeitsmärkte durchwegs noch Zuwächse verzeichnet. Der heimische ATX verzeichnete 2022 ebenfalls hohe Verluste und gab im Jahresverlauf um mehr als 19 Prozent nach. Der Wiener Leitindex reagierte damit wie alle europäischen Aktienmärkte auf das deutlich ungünstigere makroökonomische und geopolitische Umfeld.

Steigende Inflation und höhere Zinsen im Euroraum

Einen stetigen Aufwärtstrend zeigte 2022 die Inflationsrate im Euroraum: Einem Wert von mehr als 4 Prozent im Dezember 2021 stand Ende 2022 eine beachtliche Teuerungsrate von 8,4 Prozent gegenüber. Ihre Höchststände erreichte die Inflation in den USA im Juni mit 9,1 Prozent bzw. im Euroraum mit 10,7 Prozent im Oktober.

Weltweit waren dadurch nahezu alle Notenbanken zu einem Strategiewechsel gezwungen. Dabei ist die US-FED den Europäern hinsichtlich des Zyklus von Inflation und Zinsen um ein paar Monate voraus. Ausgehend von einem Niveau von de facto Null erhöhte die FED ihre Zinsen im Jahresverlauf auf 4,5 Prozent, während die EZB Ende 2022 bei 2,5 Prozent stand. Starke Einbrüche bei den Anleihekursen waren die Folge, da Neuemissionen den Investor:innen deutlich höhere Zinserträge versprochen.

Die UNIQA Aktie: Starke Dividendenrendite

UNIQA Aktie in den ATX Top Dividend aufgenommen

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 zweiten Jahr des neuen Strategieprogramms UNIQA 3.0 gab der Kurs der UNIQA Aktie 2022 im Jahresverlauf insgesamt etwas nach. Mit 8,10 Euro ins Jahr gestartet, erreichte die Aktie schon am 17. Jänner 2022 ihren Jahreshöchststand von 8,48 Euro. In weiterer Folge sank der Kurs jedoch, nicht zuletzt aufgrund des Kriegsausbruchs in der Ukraine, und erreichte am 29. September 2022 seinen Jahrestiefststand von 5,99 Euro. Letztlich schloss die UNIQA Aktie das Börsejahr 2022 bei 7,00 Euro und verzeichnete damit im Jahresvergleich einen Rückgang von etwa 14 Prozent. Der Euro Stoxx Insurance, der Benchmark-Index für die europäische Versicherungsbranche, legte im selben Zeitraum um rund 3 Prozent zu, während der ATX sogar um mehr als 19 Prozent nachgab. Am 19. Dezember 2022 wurde die UNIQA Aktie in den ATX Top Dividend – den Index der Wiener Börse mit den 15 Aktien mit der höchsten Dividendenrendite – aufgenommen. Anfang des Jahres 2023 stieg auch der Kurs der UNIQA Aktie wieder an und lag am 10. März 2023 bei 8,23 Euro.

Equity Story

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

Entwicklung der UNIQA Aktie

in Euro indexiert



Kennzahlen UNIQA Group	2022	2021	2020	2019	2018
Börsenkurs UNIQA Aktie per 31. Dezember	7,00	8,07	6,40	9,10	7,86
Höchstkurs	8,48	8,40	9,95	9,56	10,46
Tiefstkurs	5,99	6,30	4,78	7,84	7,72
Durchschnittl. Börsenumsatz/Tag (in Millionen Euro)	3,8	3,5	4,3	3,3	4,7
Marktkapitalisierung per 31. Dezember (in Millionen Euro)	2.148,8	2.477,2	1.964,6	2.793,4	2.412,7
Durchschnittl. Anzahl der Aktien im Umlauf	306.965.261	306.965.261	306.965.261	306.965.261	306.965.261
Ergebnis je Aktie	1,25	1,03	0,06	0,56	0,79
Dividende je Aktie	0,55 ¹⁾	0,55	0,18	0,18	0,53

¹⁾ Vorschlag an die Hauptversammlung

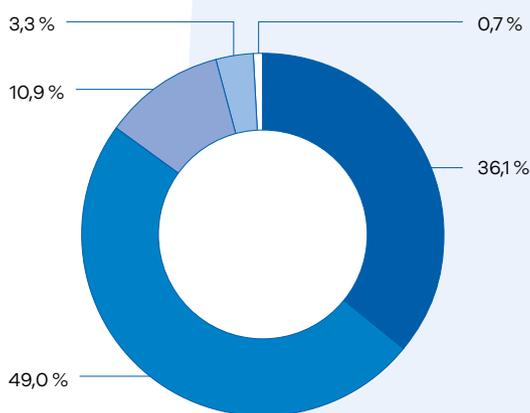
Angaben in Euro

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 3,3 Prozent an UNIQA beteiligt. Der Bestand an eigenen Aktien beläuft sich weiterhin auf 0,7 Prozent. Der Streubesitz repräsentiert damit per Ende 2022 mit 36,1 Prozent mehr als ein Drittel der gesamten Aktien und einen Wert von knapp 800 Millionen Euro.

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

Aktionärsstruktur



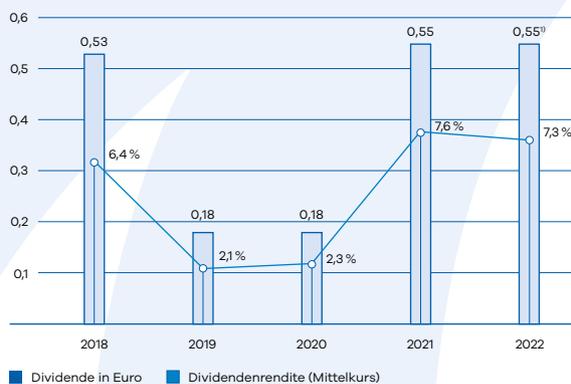
- Streubesitz
- UNIQA Versicherungsverein Privatstiftung (Gruppe)
- RZB Versicherungsbeteiligung GmbH
- Collegialität Versicherungsverein Privatstiftung
- Eigene Aktien

Dividende von 0,55 Euro vorgeschlagen

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 2022 wird der Vorstand der Hauptversammlung auf Basis des Einzelabschlusses der UNIQA Insurance Group AG die Ausschüttung einer Dividende von 0,55 Euro je dividendenberechtigter Aktie vorgeschlagen. In Summe entspricht dies einer Ausschüttung von nahezu 170 Millionen Euro.

Entwicklung UNIQA Dividende

Angaben in Euro



■ Dividende in Euro ■ Dividendenrendite (Mittelkurs)

1) Vorschlag an die Hauptversammlung

Mit der Financial Community laufend im Gespräch

Wir legen größten Wert darauf, unsere Aktionär:innen und Anleihe-Investor:innen, Analyst:innen sowie die gesamte Financial Community regelmäßig, aktuell und umfassend über die laufende Entwicklung unseres Unternehmens zu informieren. Auf zahlreichen virtuellen Roadshows, Investorenkonferenzen und Einzelgesprächen stand das Managementteam von UNIQA in diesem Sinn auch 2022 Anleger:innen sowie Analyst:innen Rede und Antwort. 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:

UNIQA Insurance Group AG

Investor Relations

Untere Donaustraße 21, 1029 Wien

Tel.: (+43) 01 21175-3773

E-Mail: investor.relations@uniqa.at

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, ATX TD, VÖNIX, MSCI Europe Small Cap
Aktienanzahl	309.000.000

UNIQA Anleihen: Nachhaltig solide finanziert

Nachranganleihen – langfristiger Bestandteil unserer Kapitalstruktur

Neben Eigenkapital nimmt Nachrangkapital den zweiten Platz in der Finanzierung unseres Versicherungsgeschäfts ein: Per 31. Dezember 2022 hatte UNIQA vier nachrangige Anleihen im Gesamtnominale von 1.050 Millionen Euro ausstehen.

Im Dezember 2021 haben wir die Marktgegebenheiten genutzt und konnten eine deutliche Strukturverbesserung bei unseren Anleihen erzielen: Wir haben Nachranganleihen mit einer Gesamtnominale von 375 Millionen Euro am Kapitalmarkt zurückgekauft und mit der gleichzeitigen Emission eines Green Bonds zu wesentlich günstigeren Konditionen refinanziert. Dadurch konnten wir die Laufzeit unserer Finanzverbindlichkeiten verlängern und vor allem die Zinsbelastung in den kommenden Jahren deutlich senken. Per 31. Dezember 2022 beträgt der gewichtete durchschnittliche Kupon unserer nachrangigen Anleihen 4,31 Prozent.

Senior-Anleihe – günstige langfristige Finanzierung

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. Die Anleihe hat eine Restlaufzeit von 7,5 Jahren und einen Kupon von 1,375 Prozent.

RESEARCH

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

- Erste Group Bank
- Kepler Cheuvreux
- Raiffeisen Bank International

Green Bonds – aktive Investments in eine nachhaltige Zukunft

Zusätzlich finden sich in unserer Kapitalstruktur insgesamt 575 Millionen Euro an Green Bonds. Im Rahmen der jeweiligen Emissionen haben wir uns verpflichtet, Investitionen in gleicher Höhe in Projekte zur Erzeugung erneuerbarer Energie (Wind- und Solarparks) sowie in nachhaltige Abfallwirtschaft (Mülltrennung, -verwertung inkl. Energieerzeugung) und Mobilität (Schienenverkehr, öffentlicher Nahverkehr) zu tätigen. Die Performance dieser Anleihen ist ein klares Zeichen dafür, wie stark nachhaltige Veranlagungsformen von vielen Investor:innen nachgefragt werden. Im Sinn des Klimaschutzes sehen wir hier einen erfreulichen Trend: Nachhaltigkeit ist eine bestimmende Größe bei Investitionsentscheidungen geworden.

Standard & Poor's bestätigt robuste Kapitalisierung

Das aktuelle Rating A – von Standard & Poor's (S&P) für die UNIQA Insurance Group AG reflektiert unsere Finanzstärke. Es basiert auf unserem ertragreichen Geschäftsmodell, unserer Marktführerschaft in der privaten Krankenversicherung in Österreich sowie unserer erstklassigen Kapitalisierung, die im S&P-Modell bereits das AAA-Level erreicht. Nach dem Einmarsch Russlands in die Ukraine im Februar 2022 stuft Standard & Poor's den Ausblick von UNIQA aufgrund des Exposures in beiden Ländern jedoch von „stabil“ auf „negativ“ herab. Am 1. März 2023 hat S&P den Ausblick aufgrund des starken versicherungstechnischen und operativen Ergebnisses im Jahr 2022 jedoch wieder von „negativ“ auf „stabil“ angehoben. Die aktuell ausstehenden Nachranganleihen werden von S&P zur Gänze dem Kapital zugerechnet und sind damit langfristiger Bestandteil unserer Kapitalstrategie.

Finanzkalender 2023

17.5.	Solvency and Financial Condition Report 2022
26.5.	Ergebnis 1. Quartal 2023
27.5.	Nachweisstichtag für die ordentliche Hauptversammlung
6.6.	Ordentliche Hauptversammlung
15.6.	Ex-Dividendtag
16.6.	Nachweisstichtag für die Dividende
19.6.	Dividendenzahlag
24.8.	Halbjahresfinanzbericht 2023
23.11.	Ergebnis 1.–3. Quartal 2023

IFRS 9/17: Grundlegende Änderung der Berichterstattung von Versicherungen

Im Mai 2017 vom International Accounting Standards Board herausgegeben und im Juni 2020 nochmals adaptiert, ist der neue IFRS 9/17 mit 1. Jänner 2023 in Kraft getreten. In dieser überarbeiteten Version wurde der neue internationale Rechnungslegungsstandard mit der Verordnung (EU) 2021/2036 der Europäischen Kommission im November 2021 auch zu europäischem Recht. Er ersetzt den seit 2005 geltenden Interimsstandard IFRS 4 zur Bilanzierung von Versicherungsverträgen. Der neue Standard regelt die Grundsätze in Bezug auf Identifikation, Ansatz, Bewertung und Ausweis von Versicherungsverträgen und verändert damit die Berichterstattung von börsennotierten Versicherungsunternehmen grundlegend.

Neue Bewertungsmethodik für Versicherungsverträge ...

Die wichtigsten Neuerungen, die IFRS 9/17 mit sich bringt, beziehen sich auf die Methodik, nach der Verträge und Policen bewertet werden. Die Kernfrage lautet: Ab wann erzielt ein Versicherungsunternehmen Gewinne, und wer trägt dazu bei? Während die Verträge bisher primär anhand von Einnahmen (Prämien) und Ausgaben (Versicherungsleistungen) bewertet wurden, orientiert sich die Beurteilung künftig am Barwert der potenziellen Cashflows. Diese werden über die Perioden verteilt und diesen wirtschaftlich zugeordnet. Besonders Lebensversicherungsverträge, deren Laufzeiten mehrere Jahrzehnte betragen können, sind davon betroffen.

... und geänderte Umsatzdarstellung

Umstellen müssen sich Anleger:innen auch beim Blick auf die Gewinn- und Verlust-Rechnung. Nach IFRS 9/17 werden keine Bruttoprämien mehr ausgewiesen, sondern ein sogenannter Versicherungsumsatz. Dafür wird z. B. der in Lebensversicherungsverträgen enthaltene Sparanteil herausgerechnet. In Summe wird der Umsatz somit niedriger ausfallen als die bisherigen Bruttoprämien.

Deutlich mehr Klarheit für Investor:innen

In Summe bringt die Umstellung deutliche Vorteile: Die konsistente, marktnahe Betrachtung behebt die bisherigen systematischen Inkonsistenzen zwischen Aktiv- und Passivseite (bisher wurden nur die Kapitalanlagen eines Versicherers marktnah bewertet, während die Schadenrückstellungen nicht nach dem Zeitpunkt der Inanspruchnahme diskontiert wurden). Die angemessene Umsatzdarstellung und Erfassung des Versicherungsgeschäfts getrennt von Verträgen mit Anlagecharakter schafft zudem größere Klarheit, und die Offenlegung erwarteter künftiger Gewinne aus langlaufendem Geschäft erhöht die Transparenz.

Für externe Beobachter:innen sollte das Versicherungsgeschäft auf diese Weise wesentlich verständlicher werden als bisher. Natürlich müssen sich die neuen Parameter und Kennzahlen, deren Entwicklung die Branche derzeit mit Hochdruck vorantreibt, erst bei allen Stakeholder:innen etablieren. Auch UNIQA arbeitet derzeit an der – äußerst zeit- und auch kostenintensiven – Umstellung und wird ab dem 1. Quartal 2023 nach dem neuen Standard berichten.

Strategie und operatives Geschäft unverändert

Wichtig ist, bei alledem zu beachten: Der neue Standard ändert nur die Darstellung bzw. die Bilanzierung, nicht die operative Steuerung unseres Geschäfts und schon gar nicht dessen Profitabilität und Zukunftspotenzial. Konzernstrategie, Dividendenpolitik, Kapitalstärke und umsichtige Finanzierung von UNIQA bleiben somit unverändert. Die Ertragskraft unseres Geschäfts sollte für unsere Aktionär:innen künftig sogar noch deutlicher sichtbar werden.