

Sicher

Selbstbestimmte Medizin
Interview mit Peter Eichler. Seite 25

Besser

Start-up-Chancen
Impact Hub Vienna startet Mission 120. Seite 37

Länger

Ein Blick in die Zukunft: Das Weltbild 2030
Urbanisierung, Klimawandel & Co. Seite 49

Leben

UNIQA Group
Nachhaltigkeitsbericht 2017

Unsere Zukunft

Silvana Darda, 36, arbeitet seit 13 Jahren bei UNIQA. Jetzt ist sie Mutter von Emilia geworden. Uns hat sie erzählt, was für sie Nachhaltigkeit bedeutet und wie sie dies ihrem Kind weitergeben möchte.

Manchmal, wenn Emilia auf meinen Armen eingeschlafen ist, rieche ich ganz vorsichtig an ihr, und dann kommen jene Gedanken, die vermutlich jeder Mutter durch den Kopf gehen: Wie wird die Welt sein, wenn mein Baby 60 Jahre alt ist. Dann, wenn ich nicht mehr da sein werde, um sie zu beschützen. Dann, wenn sie vielleicht schon selber Enkelkinder hat. Ich will, dass die Welt, in der Emilia und ihre Kinder leben werden, schön ist. Grün. Dass es noch eine Antarktis gibt und nicht eine Welt voller Mauern und Beton. Bin ich deswegen eine Fantastin? Nein. Ich bin ein positiver Mensch, der weiß, dass wir es sind, die die Zukunft gestalten, und verantwortlich sind, wie wir sie hinterlassen. Mark Twain hat gesagt: „Natürlich interessiert mich die Zukunft. Ich will schließlich den Rest meines Lebens darin verbringen.“ Das bedeutet für mich: Nachhaltig leben. Ich will, dass wir Menschen aus unseren Fehlern lernen, dass wir anfangen, etwas zurückzugeben von unserem Glück, dass wir auf die Umwelt, unsere Ernährung und unser Wasser achten. Diese Vorsätze werden oft belächelt, als Platitüden abgetan. Aber sehen wir es doch mal ganz anders: Platt sind sie nur, weil es so einfach wäre, nach ihnen zu leben. Auf die Umwelt achten. Auf unser Wasser achten. Achtsamkeit und Nachhaltigkeit sind für mich zwei Gefäße, die einander perfekt ergänzen. Die einander bedingen. Wer achtsam ist, führt auch keine Kriege. Wir leben auf dem Land, bauen unser Gemüse selber an, achten auf den Wasserverbrauch. Es ist schon wahr, wenn man sagt, dass jeder Mensch etwas zum Guten bewegen kann. Unser Leben ist keine Lawine, in der sich jede Schneeflocke nicht verantwortlich für das große Ganze fühlt. Das alles und der Respekt vor der Welt sind die Werte, die wir unserem Kind gerne mitgeben wollen. Denn unser Kind ist das Nachhaltigste, das wir in unserem Leben bisher geschaffen haben ...

Silvana Darda, 36, ist seit 13 Jahren bei UNIQA und seit Dezember Mutter einer Tochter.

DIE ZUKUNFT BEGINNT JETZT

Was unsere Stakeholder in puncto Nachhaltigkeit von UNIQA erwarten und wie das mit unseren Bemühungen zusammenpasst, der Gesellschaft etwas von unserem Erfolg zurückzugeben, lesen Sie auf Seite 3.

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

meine Vorstandskollegen und ich gehören einer Generation an, die sich in ihrer Jugend sehr kritisch mit den politischen Haltungen unserer Eltern und Großeltern auseinandergesetzt hat: Themen wie die Nutzung von Atomenergie, gleiche Bildungschancen für alle, die Bedeutung von Umweltschutz – Stichwort Hainburger Au – oder der Umgang weiter Teile der politischen Parteienlandschaft und der Bevölkerung mit Österreichs Rolle vor, während und nach der Zeit des Nationalsozialismus – Stichwort Waldheim-Affäre – haben uns beschäftigt. Der Starrsinn des in unseren Augen selbstgerechten Establishments hat uns wütend gemacht. Klar war, wir würden als Erwachsene ganz anders sein.



Heute sind wir Erwachsene und selbst Establishment. Viel schlimmer: In den Augen vieler Österreicher gehören wir als Manager noch dazu zu „denen da oben“. Das Großartige daran ist aber, dass wir von drei langfristig denkenden Kernaktionären das Vertrauen und die Möglichkeit erhalten haben, nachhaltig zu gestalten. Vorbild zu sein. Das bedeutet, die Verantwortung für unsere knapp 10 Millionen Kunden, für unsere Geschäftspartner, für unsere Investoren, für die Umwelt um uns herum und für unsere Mitarbeiter bestmöglich wahrzunehmen. Diesen letzten Satz lesen Sie – bis auf die 10 Millionen Kunden – so ziemlich ident in jedem Nachhaltigkeitsbericht dieser Welt. Ich habe deswegen lange gezögert, ihn zu schreiben. Auch, weil wir ihn tatsächlich so meinen und dadurch jeden Tag in einem Spannungsfeld agieren: Bieten wir mit unseren Leistungen unseren Kunden wirklich einen fairen, nachhaltigen Gegenwert für ihr Geld? Sind wir tatsächlich transparent und klar genug? Oder sind wir in Wahrheit immer noch über das Kleingedruckte froh? Geben wir kurzfristigen Quartalsergebnissen den Vorzug gegenüber der langfristigen, nachhaltigen Wertsteigerung? Und was uns selbst betrifft: Wo sind wir anfällig, dass Gier und Eitelkeit die besten Vorsätze und die Firmenkultur fressen?

Liebe Leserinnen und Leser, die Antwort ist bestechend einfach: Als Vater von drei Kindern weiß ich, dass wir in allen Aspekten des Lebens – privat wie beruflich – eine Verantwortung gegenüber jenen haben, die nach uns kommen. Das, was uns auf eine bestimmte Zeit anvertraut wurde, sorgsam zu pflegen. Und, wenn es geht, besser zu übergeben, als wir es übernommen haben. Oder es werden auch unsere Enkelkinder einmal sagen, dass sie als Erwachsene ganz anders sein wollen. [GRI 102-14]

Viel Freude beim Lesen und herzliche Grüße,

Andreas Brandstetter
CEO UNIQA Group

Denk





Inhalt leben

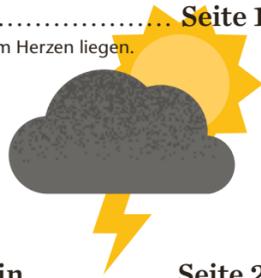
Die Zukunft beginnt jetzt Seite 3
Gesundheitsbewusstsein ist der wichtigste Megatrend.

Auf einen Blick Seite 4
Das macht die UNIQA Group aus: Wer wir sind, wo wir sind, was uns wichtig ist.

Vorwort des Vorstands Seite 8
Was den UNIQA Vorständen in puncto Nachhaltigkeit am Herzen liegt.

Das sagen unsere Stakeholder Seite 12
Wir haben unsere Stakeholder befragt, welche Themen ihnen besonders am Herzen liegen.

Sicher



Wir unterstützen eine selbstbestimmte Medizin Seite 25
Peter Eichler, Vorstand Personenversicherung, spricht über die Krankenversicherung.

Private Vorsorge neu gedacht Seite 28
Beide Varianten auf dem Prüfstand und im direkten Vergleich.

Die erste Kfz-Versicherung, die Leben retten kann Seite 30
Was die Kfz-Versicherung SafeLine kann, und warum es sich lohnt, sie abzuschließen.

Unwetterbilanz 2017 Seite 32
Wie viele Unwetter 2017 über Österreich fegten, und warum es eine Unwetterwarnung gibt.

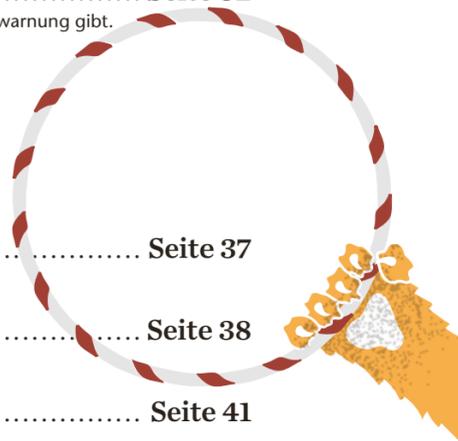
Besser

Bessere Chancen für fünf Start-ups Seite 37
Impact Hub Vienna und UNIQA starten Mission 120 – Accelerate.

Digitaler Rundum-Service Seite 38
Unsere bunte Online-Welt.

Unser digitales Fundament Seite 41
Die Basis für ein umfassendes Redesign unseres Geschäftsmodells.

Soziale Projekte Seite 42
Haus Damaris, Special Olympics und der UNIQA Sozialtag.



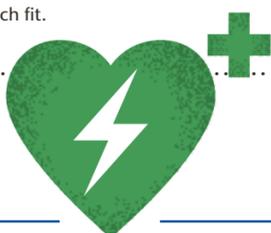
Länger

Weltbild 2030: So sehen wir die Zukunft Seite 49
Diese Trends werden die Gesellschaft prägen.

Mobile Gesundheit für alle Seite 50
Mehrere Hunderttausend Gesundheits- und Fitness-tests.

UNIQA macht Olympiasieger Seite 52
Von Matthias Mayer bis zu Schulaktionen. Wir machen Österreich fit.

Grün arbeiten in den UNIQA Büros Seite 54
UNIQA Zentrale und Landesdirektion Steiermark setzen Trends.



Impressum [GRI 102-53]

Herausgeber: UNIQA Insurance Group AG/FN: 92933t/DVR: 0055506 **Projektteam UNIQA:** Andreas Rauter (Leitung), Carolina Burger, Evelyn Magerl-Chriester **Redaktion:** Carolina Burger **Kreativkonzept und Design:** Rosebud/
www.rosebud-inc.com **Beratung, redaktionelle Unterstützung und Koordination:** be.public Corporate & Financial
Communications GmbH/www.bepublic.at **Übersetzung und Lektorat:** ASI GmbH/www.asint.at **Illustration:** Silja Götz,
Rosebud **Fotos:** Veronika Lafer, Irene Schaur, Rudi Fröse, Ricardo Herrgott, Thomas Jantzen, Lukas Ilgner, Maciej Stempij,
Carolina Burger, Erwin Gruber, Jakob Polacsek, First Vienna FC, Gepa Pictures, APA, i-stock **Papier:** Cyclus recycling 70 g/m²
Druck: AV Druck **Redaktionsschluss:** 4. April 2018 **Kontakt:** UNIQA Insurance Group AG/Andreas Rauter/
Untere Donaustraße 21, 1029 Wien/Tel.: (+43) 01 21175-3320/E-Mail: csr@uniqa.at/www.uniqa-group.com

Dieser Bericht erscheint in deutscher und englischer Sprache.

Über diesen Bericht

In diesem ersten Nachhaltigkeitsbericht der UNIQA Insurance Group AG möchten wir unsere Aktivitäten im Bereich Corporate Social Responsibility (CSR) vorrangig in einer Sicht auf den gesamten Konzern (gem. § 267a UGB) aufzeigen, unseren Stakeholdern Einblick in unsere Geschäftstätigkeit geben und transparent darlegen, wo wir in Sachen nachhaltige Unternehmensführung stehen und woran wir zukünftig arbeiten wollen. Da die UNIQA Insurance Group AG nicht direkt das Versicherungsgeschäft im Inland und Ausland betreibt, werden die Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelange sowie die Themen Menschenrechte, Korruption und Bestechung auf konzernweiter Basis als Konzept verfolgt und in den operativen Konzerngesellschaften umgesetzt. Folglich gibt es für Zwecke des Einzelabschlusses (gem. § 243b UGB) kein anderes abgewandeltes oder eingeschränktes Konzept, welches in anderer Weise verfolgt wird. Die Ambition hinter unserem konsolidierten nichtfinanziellen Bericht entspricht unseres Erachtens beiden gesetzlichen Ansprüchen.

Der vorliegende Bericht wurde nach den GRI-Standards 2016 (Global Reporting Initiative, GRI) erstellt, und zwar in Übereinstimmung mit der Option „Core“. [GRI 102-54] Dies bezieht sich sowohl auf alle Inhalte, Daten und Zahlen des Berichts als auch auf die Erhebung der für UNIQA wesentlichen Themen. Damit sind Transparenz und Vergleichbarkeit der gebotenen Informationen gewährleistet. Die GRI-Codes zu den dargestellten Indikatoren sind in den jeweiligen Kapiteln und Kennzahlentabellen vermerkt sowie im GRI-Index auf den Seiten 58 bis 61 übersichtlich dargestellt.

Der vorliegende Bericht enthält Informationen und Daten der UNIQA Insurance Group AG (UNIQA Group). [GRI 102-51]

Der Berichtszeitraum für die veröffentlichten Kennzahlen und Beschreibungen umfasst das Geschäftsjahr und somit den Zeitraum 1. Jänner bis 31. Dezember 2017 [GRI 102-50]. Im Sinne höherer Aktualität werden zudem je nach Thema auch Ziele und Maßnahmen für 2018 dargestellt. Die Berichterstattung wird zukünftig jährlich stattfinden. [GRI 102-52]

Für die Umweltkennzahlen wurden für 2017 die Headquarter von ausgewählten Ländern miteinbezogen. Die Übersicht über den Berichtsumfang wird in der Kennzahlentabelle Umwelt dargestellt. Die Daten für Mobilität stammen aus dem jeweiligen Headquarter einschließlich der weiteren Standorte des betreffenden Landes. Die Daten wurden vom Headquarter erhoben, von den CSR-Verantwortlichen in diesen Ländern gesammelt und vom CSR-Team der UNIQA Group konsolidiert. Es ist vorgesehen, die fehlenden Länder sukzessive in die Berichterstattung miteinzubeziehen. [GRI 102-45]

Auf Basis der bestehenden Umweltdaten stellen wir zusätzlich unseren Corporate Carbon Footprint (tCO₂eq) dar.

Die Daten im Kapitel Mitarbeiter wurden anhand des Personalstands der UNIQA Group dargestellt. Die Übersicht über den Berichtsumfang wird in der Kennzahlentabelle für Mitarbeiter angedeutet.

Die Daten zu Compliance wurden von 16 Ländern der UNIQA Group erhoben.

Alle Nachhaltigkeitsthemen und -aspekte, die in diesem Bericht behandelt werden, wurden in Workshops mit den verantwortlichen Fachbereichen – Asset Management, Investor Relations, Kunde & Markt, Security & Datenmanagement, Group Procurement, Human Resources, Legal Compliance, Group Actuarial & Risk Management, Versicherungstechnik Kranken-/Unfallversicherung sowie Versicherungstechnik Privat/Gewerbe – erarbeitet. [GRI 102-46]

Um eine bessere Lesbarkeit zu gewährleisten, wird in diesem Bericht zumeist auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet und lediglich die maskuline Form verwendet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten jedoch für beide Geschlechter gleichermaßen.

Trends und Entwicklungen

Die Zukunft beginnt jetzt

Zur DNA erfolgreicher Unternehmen zählt, dass sie ein Stück ihres Erfolgs der Gesellschaft zurückgeben. Wenn Projekte zudem auch noch nachhaltig sind, macht das noch mehr Sinn. Um zu erfahren, was UNIQA Stakeholdern besonders am Herzen liegt, hat UNIQA eine Stakeholder-Umfrage gemacht und parallel dazu die wichtigsten weltweiten Trends identifiziert. Danach galt es, eine Brücke zwischen der Umfrage und den Trends zu schlagen.

Megatrends – Bedeutung für die Zukunft aus Sicht der UNIQA Stakeholder [GRI 102-44]

- 676 Gesundheitsbewusstsein
- 634 Wandel der Arbeitswelt
- 452 Digitalisierung/ Konnektivität und Innovation
- 390 Nachhaltiger Umgang mit Ressourcen
- 222 Demografischer Wandel
- 209 Klimawandel
- 60 Globalisierung
- 48 Urbanisierung

Nennungen im Rahmen der UNIQA Stakeholder-Befragung 2017

WOHIN DIE REISE GEHT

Welche Themen werden unsere Gesellschaft in 20 bis 30 Jahre bewegen? Wie wird sich die Welt weiter entwickeln?

Hier einige Ansätze:

Die niedrige europäische Fruchtbarkeitsrate wird in den nächsten Jahren weiterhin durch die Migration kompensiert werden. Langfristig wird die europäische Bevölkerung jedoch überaltern und sich rückläufig entwickeln. Immer mehr Menschen wollen in Städten wohnen. Es bilden sich immer größere Ballungszentren. Die Frage, was das für die Umwelt und die Klimaveränderung bedeutet, rückt in den Fokus. Die Globalisierung setzt sich fort. Zentrale Fragen, die damit im Raum stehen, sind, wie sich der Wohlstand verändern wird und wie sich der Umgang mit Ressourcen gestalten kann, damit auch künftige Generationen die Welt noch so vorfinden, wie wir das heute tun. Zusätzlich überlagert werden diese Entwicklungen durch die Megatrends „Innovation, Digitalisierung, Konnektivität“ und „Global Networking & Knowledge Sharing“ sowie das erhöhte Bewusstsein für ein nachhaltiges Wirtschaften.

GESUNDHEITSBEWUSSTSEIN IST AM WICHTIGSTEN

Das Feedback unserer Stakeholder zu den wichtigsten Zukunftstrends bestätigt unser Mission Statement „sicher, besser, länger leben“ – und damit unseren Fokus auf die lebensbegleitenden Themen der Gesundheit, des Bestehens in der Arbeitswelt und des Umgangs mit Digitalisierung und Innovation.

Betrachtet man die Auswertung der Stakeholder-Analyse nach einzelnen Gruppen, so fällt auf, dass Kunden die Kernkompetenz von UNIQA als Kranken- und Lebensversicherer erkennen und sich zu folgenden Bereichen verstärkt Beratung wünschen:

- Finanzierung für Lebensabschnitte ohne Erwerbstätigkeit, etwa für Pensionisten
- Abdeckung biometrischer Risiken (z. B. Berufsunfähigkeit oder schwere Erkrankungen)
- Erhaltung der Gesundheit sowie verbesserte Krankheitsprävention
- Ansparpläne für bestimmte Dienstleistungen im Alter (Pflege, Haushaltsführung etc.)

Andererseits müssen wir unsere Dienstleistungskomponente im Sinn einer besseren „Lebensbegleitung“ weiterentwickeln, um

- die Lebensqualität unserer Kunden durch neue Technologien und Dienstleistungen zu erhöhen,
- den Erfahrungsaustausch unter unseren Kunden zu fördern und zu nutzen,
- Phasen des Nichterwerbs sinnstiftend zu begleiten sowie
- bessere Alltagsbegleitung im Alter anbieten zu können.

In der Veranlagungsstrategie schließlich werden wir mit wirkungsorientierten Investments verstärkt die Interessen unserer Stakeholder adressieren, um einerseits innerhalb unserer Kernkompetenzen neue Technologien und Behandlungsmethoden zu fördern und andererseits gemeinsam mit gleichgesinnten institutionellen Investoren neben angemessenen Renditen auch breiteren sozialen und ökologischen Nutzen zu schaffen.

LANGFRISTIGE POSITIONIERUNG

Für uns als Versicherung bedeuten diese Ergebnisse, dass wir folgende Rollenbilder erfüllen müssen, damit unser Geschäftsmodell nachhaltig erfolgreich bleibt:

- Langfristiger Lebensbegleiter für unsere Kunden, um diese „mit allem, was wir tun, dabei zu unterstützen, sicher, besser und länger zu leben“
- Verantwortlicher Dienstleister, der seinen Kunden bei Bedarf (besonders im höheren Alter) mehr und mehr die Qualität der Dienstleistung sichert, statt ihnen lediglich „bezahlungsorientiert“ die Kosten zu ersetzen; modernsten Technologien (u. a. Blockchain) stehen wir dabei aufgeschlossen gegenüber und sind bereit, darin zu investieren
- Berater des Kunden, der die Lebensqualität seiner Kunden über Jahrzehnte im Auge behält
- Mündiger „Corporate Citizen“, der sich zu wichtigen Fragen der Gesellschaft und der Umwelt (auch via Mission Impact Investment) einbringt, den Diskurs fördert und eine klare Meinung vertritt
- „Employer of Choice“, der breiten Nutzen schafft, durch sinnstiftende Aufgabenstellungen attraktiv ist und darüber hinaus seine Mitarbeiter fördert und fair behandelt
- Mutiger, nachhaltiger Investor, der seine Investments auch auf die eigene Wertschöpfungskette abstimmt, um die Grundlage für neue und bessere Dienstleistungen zu schaffen

Alle diese Positionierungen, die wir sorgfältig und fundiert mit Teilzielen besetzen, wollen wir konsequent über die nächsten Jahre durch unser Handeln einlösen.

Unsere Welt

Auf einen Blick

Die UNIQA Group ist eine der führenden Versicherungsgruppen in Zentral- und Osteuropa. Rund 20.000 Mitarbeiter und exklusive Vertriebspartner stehen für unsere rund 9,5 Millionen Kunden im Einsatz.

Wir sind eine der führenden Versicherungsgruppen in unseren beiden Kernmärkten Österreich und Zentral- und Osteuropa (CEE). Rund 20.000 Mitarbeiter und exklusive Vertriebspartner betreuen in 16 Ländern rund 9,5 Millionen Kunden. In Österreich sind wir mit einem Marktanteil von rund 22 Prozent das zweitgrößte Versicherungsunternehmen, in der Wachstumsregion CEE sind wir in 15 Märkten zu Hause: Albanien, Bosnien und Herzegowina, Bulgarien, dem Kosovo, Kroatien, Mazedonien, Montenegro, Polen, Rumänien, Russland, Serbien, der Slowakei, Tschechien, der Ukraine und Ungarn. Darüber hinaus zählen auch Versicherungen in der Schweiz und Liechtenstein zur UNIQA Group.

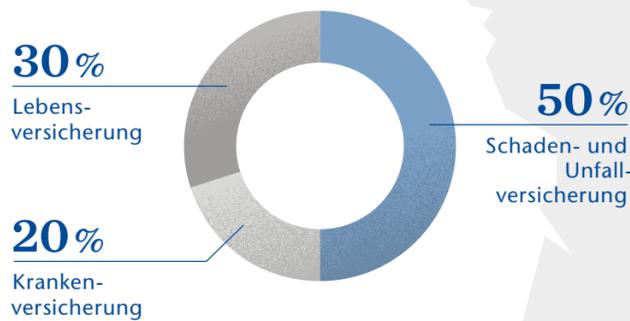
2016 starteten wir ein umfassendes Investitions- und Innovationsprogramm im Volumen von rund 500 Millionen Euro, um unsere Prozesse und Produkte an die durch den digitalen Wandel veränderten Bedürfnisse und Erwartungen der Kunden anzupassen. Denn „Digitalisierung ist keine temporäre Modeerscheinung, sondern entscheidet über Sein oder Nichtsein in unserer Industrie“, ist UNIQA CEO Andreas Brandstetter überzeugt. 2017 haben wir nicht nur das IT-Erneuerungsprojekt UIP (UNIQA Insurance Platform) vorangetrieben, sondern auch vollkommen neue Technologien auf den Weg gebracht, wie

etwa den UNIQA ServiceBot, einen Chatbot, mit dem Kunden über die Website kommunizieren können. Eine App-Lösung, über die Kunden Leistungen aus der Krankenversicherung per Smartphone einreichen können, wird bereits in einem Pilotprojekt getestet und soll demnächst auch für Kunden zur Verfügung stehen.

Die meisten Kunden haben wir in der Schaden- und Unfallversicherung, auf die 50 Prozent der Prämien entfallen, gefolgt von der Lebensversicherung mit 30 Prozent und der Krankenversicherung mit 20 Prozent (siehe Grafik). Besonders stolz sind wir darauf, dass wir die stärkste Versicherungsmarke in Österreich sind, unsere Kunden mit einem flächendeckenden Vertrieb servizieren und auf eine erfolgreiche Vertriebspartnerschaft mit der Raiffeisen Bankengruppe bauen können. Während der Versicherungsmarkt in Österreich bereits weitgehend gesättigt ist, liegt unser Wachstumspotenzial klar in CEE. Rund 60 Prozent unserer Kunden und knapp 30 Prozent unserer Prämien kommen bereits von dort. Werden in Österreich im Schnitt pro Person knapp 2.000 Euro pro Jahr in Versicherungen einbezahlt, sind es in CEE erst 200 Euro. Tschechien, wo der Wert bei 477 Euro pro Jahr liegt, ist dabei bereits am weitesten entwickelt.

[GRI 102-1, 102-2, 102-3, 102-4, 102-6, 102-7, 102-9, 102-10]

Ausgewogenes Portfolio ...



... in den Kernmärkten Österreich und CEE



Prämienverteilung

1811

Salzburger Landesversicherung
Gründung der Salzburger Landesversicherung

1991

Austria-Collegialität
Aus dem Zusammenschluss der Austria mit der Collegialität entsteht im Herbst 1991 der international tätige Austria-Collegialität Versicherungskonzern mit seiner Tochtergesellschaft Collegialität Versicherung (Collegialität direct).

1997

BARC
Durch den Zusammenschluss dieser bedeutenden und traditionsreichen Unternehmensgruppen entsteht ein Konzern mit österreichischer Identität und von europäischem Format.

Fusion

1993

Bundesländer-Versicherung
1993 erfolgt eine engere Verschrankung mit der Raiffeisen Versicherung, dem mittlerweile führenden Lebensversicherer Österreichs, als 99,5-prozentige Tochtergesellschaft. Zum Zeitpunkt des BARC-Zusammenschlusses gilt die börsennotierte Bundesländer-Versicherung als eine der größten und potentesten Versicherungen Österreichs.

CHANCEN IN CEE

60 Prozent unserer Kunden kommen bereits aus der CEE-Region und bringen knapp 30 Prozent der Konzernprämien ein. Das Wachstumspotenzial von UNIQA liegt in dieser Region.



Der Pin zeigt die Marktposition im jeweiligen Land.

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



myUNIQA
Das Kundenportal gibt Auskunft zu Versicherungsverträgen und hilft im Schadenfall.

1999

UNIQA entsteht
1999 folgt der logische nächste Schritt: Die starke, gemeinsame Identität und eine klar erkennbare Positionierung schaffen das Fundament für die neue einheitliche Marke.

2016

UNIQA startet mit einem 500-Millionen-Euro-Investment in die IT-Infrastruktur das größte Investitionsprojekt der Unternehmensgeschichte.

2011

Strategieprojekt „UNIQA 2.0“
Die zehnjährige Wachstumsstrategie UNIQA 2.0, unterteilt in drei Phasen, wird präsentiert und gestartet.



Zahlen, Daten, Fakten

Das sind wir

Rund 20.000 Mitarbeiter arbeiten täglich für 3,6 Millionen Kunden in Österreich und 5,9 Millionen Kunden in CEE. Was das in Zahlen bedeutet, sehen Sie hier.

5,9
Mio. Kunden
in CEE

19,4
Mio. Versicherungs-
verträge

3,6
Mio. Kunden
in Österreich

UNIQQA

3,6
Mrd. Euro ausbezahlte
Schäden und Leistungen

5,3
Mrd. Euro
Prämienvolumen

22%
Marktanteil in
Österreich

Rund
20.000
Mitarbeiter und exklusive
Vertriebspartner

Aktiv in

16

Ländern

1,2

Mio. Besucher auf
www.uniqa.at

2,5

Mio. Besucher auf UNIQA Websites in
Mittel- und Osteuropa

425.000

Kunden haben sich
für myUNIQA registriert

Group 2017

51

Cent Dividende
je Aktie¹⁾

19,9

Mrd. Euro
Kapitalanlagen

Rund

46%

Marktanteil in der
Krankenversicherung
in Österreich

242,2

Mio. Euro Ergebnis
vor Steuern

¹⁾ Vorschlag an die Hauptversammlung



Das Group Executive Board (v. l. n. r.) **Andreas Brandstetter** (CEO), **Kurt Svoboda** (CFO/CRO und CEO UNIQA Österreich), **Alexander Bockelmann** (CDO), (vorne sitzend) **Wolfgang Kindl** (CEO UNIQA International), **Erik Leyers** (COO) und **Klaus Pekarek** (Bankenvertrieb UNIQA Österreich) [GRI 102-18]

Vorwort des Vorstands

Das ist unser Anliegen

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

Diversität sieht auf den ersten Blick anders aus. Sechs Männer, weiß, zwischen 44 und 62 Jahren, entweder Deutsche oder Österreicher. Mehrere mit schütterem Haarwuchs. Alle eher grau. Nicht gerade repräsentativ für unsere bunte Welt mit ihren rasanten Veränderungen. Dass wir also noch Aufholbedarf haben, um den diesbezüglichen Anforderungen eines europäischen Finanzdienstleisters im globalen Wettbewerb des 21. Jahrhunderts zu erfüllen, wissen wir.

Auf den zweiten und etwas genaueren Blick hin sind wir diverser (bis auf unser Outfit): Wir sind Umweltwissenschaftler, Juristen, Volks- und Betriebswirte oder Politikwissenschaftler von der Ausbildung her, haben gemeinsam ziemlich genau 100 Jahre Erfahrung in der Versicherungswirtschaft, davon einige Jahre bei den beiden globalen Marktführern, und waren bei McKinsey und BCG tätig. Studiert und gearbeitet haben wir in England,

der Schweiz, in Deutschland, Belgien, Luxemburg, Österreich und den USA. Unterschiedliche Sportarten betreiben wir immer schon, mittlerweile verletzen wir uns aber regelmäßig dabei – ohne Fremdeinwirkung. Wir haben insgesamt zehn Kinder, davon sieben Töchter.

UNIQA ist uns ein großes Anliegen. Irgendwie eine Lebensaufgabe. Weil es ein Privileg ist, mit dem Eigentum und dem Geld von langfristig denkenden Aktionären für die Sicherheit von fast zehn Millionen Menschen in Europa arbeiten zu dürfen. Weil es ein Geschäft von Menschen für Menschen ist. Weil wir die Zeit und die Jahre, die wir selbst auf dieser Welt haben, in etwas Sinnvolles investieren wollen. „Wachsen und dazugehören“, sagen Motivforscher, ist es, was Menschen interessiert. Das Anliegen von UNIQA bietet genau das:

Wir wollen, dass unsere Kunden sicher, besser und länger leben. Indem wir sie für uns begeistern, ihre Zukunft aktiv gestalten, sie geradlinig servicieren und unsere versprochenen Leistungen tatsächlich liefern.

Der vorletzte Satz ist unsere Mission, der letzte fasst unsere vier Unternehmenswerte zusammen. Sie sind unser Credo, die Richtschnur unseres tagtäglichen Handelns. Doch sie sind das Papier nicht wert, auf dem sie hier gerade gedruckt sind, wenn wir als Team von 20.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sie nicht auch tatsächlich leben. Und wir schaffen es nicht, sie jeden Tag zu leben. Weil wir Fehler machen, weil wir manchmal nicht sorgfältig sind, weil wir manchmal schlecht organisiert sind, weil wir manchmal müde sind.

Aber daraus lernen wir. Wir kämpfen täglich darum, besser zu werden. Und weil wir jeden Tag unser Anliegen ernst nehmen, versuchen wir auch, Nachhaltigkeit tatsächlich zu leben. Wir wollen uns also nicht mit interpretierbaren Tabellen, umfangreich befüllten Statistiken und fragwürdigen Zertifikaten von unserer ureigenen Verantwortung freikaufen, sondern wir wollen den seit jeher existierenden Daseinszweck von guten Versicherungen – nämlich Nachhaltigkeit in jeder Hinsicht sicherzustellen – erfüllen.

Ein paar Schwerpunkte dabei:

- ① Unser Code of Conduct steht für unsere Unternehmenskultur und regelt unsere Verantwortung gegenüber unseren Kunden, Geschäftspartnern, Aktionären und auch im Umgang miteinander.
- ② Wir wollen für unsere Kunden immer dort und immer dann mit exzellenter Qualität erreichbar sein, wenn sie uns brauchen. Die rasanten technologischen Entwicklungen beziehen wir dabei genauso mit ein wie gesellschaftliche, demografische und soziale Umbrüche.
- ③ Wir entwickeln unsere Veranlagungsstrategie ganz besonders im Hinblick auf nachhaltig ausgerichtete Investments weiter und berücksichtigen dabei die Anliegen des Modells „People, Planet & Profit“. In Unternehmen zu investieren, die aufgrund ihrer ökologisch oder sozial verträglichen Produkte direkt einen ökologischen oder gesellschaftlichen Nutzen schaffen, bekommt für uns mehr und mehr Priorität.
- ④ In Zeiten sich rasch verändernder Kundenerwartungen und rasanter technologischer Entwicklungen investieren wir bewusst in die langfristige, nachhaltige Transformation unserer Unternehmensgruppe hin zu einem integrierten Service Provider – auch dann, wenn es zu Lasten kurzfristiger Erträge geht. 2016 haben wir dafür ein Investitionsprogramm von 500 Millionen Euro beschlossen.
- ⑤ Unser gesellschaftliches Engagement konzentriert sich vor allem auf die Förderung junger und benachteiligter Menschen.

Liebe Leserinnen und Leser, mit unserem ersten Nachhaltigkeitsbericht möchten wir Ihnen einen Überblick über unsere Arbeit im Nachhaltigkeitsmanagement geben. Wir wünschen Ihnen viel Freude beim Lesen und danken Ihnen schon jetzt herzlich für Ihre Anregungen oder Kommentare (andreas.brandstetter@uniqa.at)!

Mit freundlichen Grüßen,

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

WIR

ermöglichen Lebensfreude, weil wir
unseren Kunden dabei helfen,
sicher, besser und länger zu leben.

BEGEISTERN

Wir interessieren uns für Menschen.

GESTALTEN

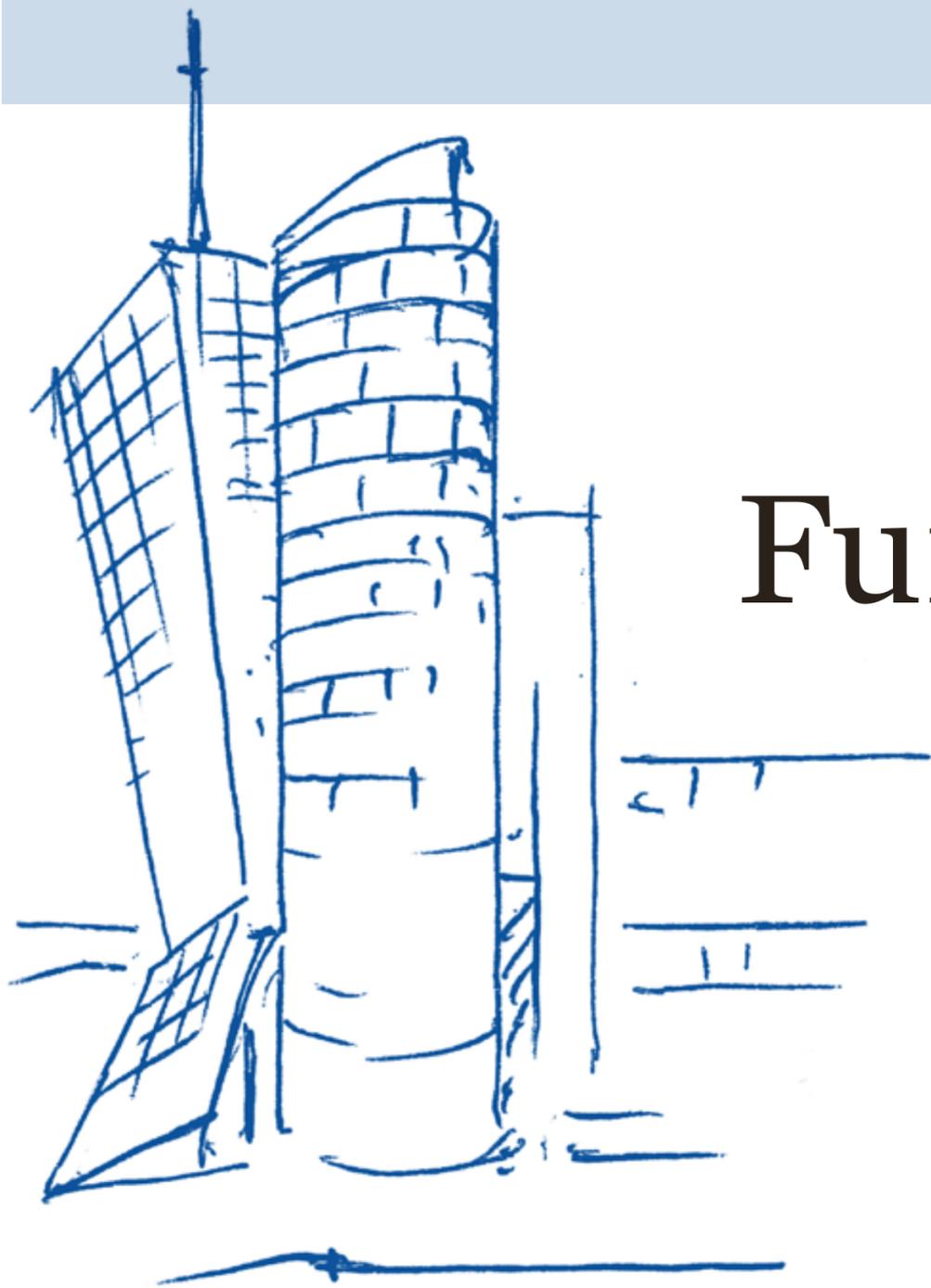
Wir entwickeln uns weiter.

SIND GERADLINIG

Wir sind ehrlich und klar.

LIEFERN

Wir wollen gewinnen.



Eigentümerstruktur

Starkes Fundament in Österreich

Drei österreichische Kernaktionäre halten gemeinsam etwas über 62 Prozent an der UNIQA Group. Die restlichen knapp 37 Prozent der Aktie befinden sich im Streubesitz.

Die UNIQA Group ist eine börsennotierte Aktiengesellschaft. Die Eigentümer definieren sich demnach durch den Aktienbesitz. Frei zu erwerben sind derzeit knapp 37 Prozent der Aktien an der Wiener Börse, in deren Leitindex ATX UNIQA als einer der wichtigsten österreichischen Börsenwerte vertreten ist. Neben einem positiven Geschäftsverlauf zählt für Aktionäre die jährliche Dividende zu den wichtigsten Beurteilungskriterien, und diese erhöht sich bei UNIQA stetig. Die gute Geschäftsentwicklung im vergangenen Jahr ermöglicht etwa – zum sechsten Mal in Folge – die Erhöhung der Dividende auf 51 Cent je Aktie¹⁾. Insgesamt konnte sich UNIQA im Geschäftsjahr 2017 gut präsentieren und ihre Marktposition behaupten.

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

Der gesamteuropäische Index Euro Stoxx 50 etwa konnte im Jahresverlauf um 6,5 Prozent zulegen. Die Kursentwicklung an der Wiener Börse hob sich dabei 2017 deutlich positiv von der europäischen Benchmark Euro Stoxx 50 ab. Mit einem Zuwachs des ATX von 30,6 Prozent reihte sich der heimische Leitindex unter die weltweit besten Kursbarometer ein. In Osteuropa stand der starken Per-

formance der Märkte in Polen, Ungarn oder Tschechien eine Seitwärtsbewegung der russischen Börse auf hohem Niveau gegenüber. In Summe zeigte der Osteuroindex CECE mit einem Plus von 28,7 Prozent 2017 eine denkbar starke Entwicklung.

UNIQA OUTPERFORMT EUROPÄISCHE VERSICHERUNGSBRANCHE

Die UNIQA Aktie ist nach dem erfolgreichen Re-IPO im Oktober 2013 und der damit verbundenen deutlichen Liquiditätssteigerung seit 2014 auch im ATX vertreten. Im Einklang mit der allgemeinen Marktentwicklung konnte auch ihr Kurs im Lauf des Jahres 2017 spürbar zulegen. Am 24. Februar 2017 erreichte die Aktie ihren Jahrestiefststand von 7,09 Euro. Danach ging es stetig nach oben, am 21. Dezember 2017 markierte der Kurs schließlich den Jahreshöchststand von 9,05 Euro. Zu Jahresende schloss die UNIQA Aktie nur geringfügig darunter bei 8,82 Euro.

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

Unverändert zeigt sich zu Ende des Jahres 2017 die Aktionärsstruktur von UNIQA, die wesentlich von vier stabilen Kernaktionären geprägt ist: Der Kernaktionär UNIQA Versicherungsverein Privatstiftung (Gruppe) hält insgesamt 49,0 Prozent der UNIQA Aktien. Davon entfallen auf die Austria Versicherungsverein Beteiligungs-Verwaltungs GmbH 41,3 Prozent und auf die UNIQA Versicherungsverein Privatstiftung 7,7 Prozent. Als weiterer Kernaktionär fungiert die Raiffeisen Bankengruppe – sie hält über die RZB Versicherungsbeteiligung GmbH einen An-

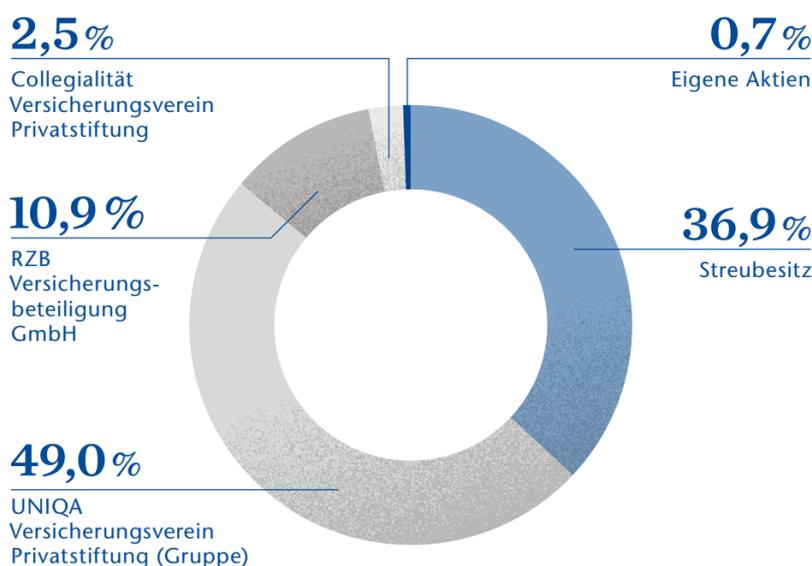
teil von 10,9 Prozent. Der Kernaktionär Collegialität Versicherungsverein Privatstiftung schließlich ist mit 2,5 Prozent an UNIQA beteiligt. Der Bestand an eigenen Aktien beläuft sich gegenwärtig auf 0,7 Prozent. Der Streubesitz beträgt damit per Ende 2017 mit 36,9 Prozent mehr als ein Drittel der gesamten Aktien. Sie repräsentierten zum 31. Dezember 2017 einen Wert von rund einer Milliarde Euro.

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

¹⁾ Vorschlag an die Hauptversammlung

AKTIONÄRSSTRUKTUR BLEIBT STABIL

Aktionärsstruktur [GRI 102-5]





*Die UNIQA STIFTUNG hält
49 Prozent an der UNIQA Group und ist
damit der größte Eigentümer.*

Die UNIQA Versicherungs- verein Privatstiftung

Die Wurzeln der an der Wiener Börse notierenden UNIQA Group reichen bis ins Jahr 1811 zurück. Somit zählt das Unternehmen zu den ältesten Versicherungen Zentral- und Osteuropas. Der größte Eigentümer der UNIQA Group ist die UNIQA Versicherungsverein Privatstiftung (UVPS), sie hält 49 Prozent. Die ehemalige Raiffeisen Zentralbank, die Collegialität Versicherungsverein Privatstiftung und UVPS sind seit den späten 1990er-Jahren durch einen Syndikatsvertrag miteinander verbunden und bilden somit die österreichische Kernaktionärsgruppe der Versicherung.

Die Stiftung geht auf den Austria Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit zurück, dessen Versicherungsgesellschaft, eben die „Austria“, in den 1990er-Jahren gemeinsam mit der Collegialität Versicherung, der Bundesländer Versicherung, der Raiffeisen Versicherung und der Salzburger Landes-Versicherung zur UNIQA Group zusammengeschlossen wurde. Schwerpunkt der Austria Versicherung (die übrigens nichts mit dem gleichnamigen Fußballclub zu tun hat) war die Krankenversicherung, die immer noch das wichtigste und ertragreichste Geschäftsfeld der UNIQA Group bildet.

Den **AUFSICHTSRAT** der UNIQA STIFTUNG bilden derzeit Christian Kuhn, Georg Winckler, Ernst Burger, Johanna Rachinger, Karl Stoss, Walter Rothensteiner, Eduard Lechner sowie Burkhard Gantenbein. Als

Ehrenpräsident fungiert der langjährige Generaldirektor der UNIQA Group, Herbert Schimetschek.

Der **VORSTAND** der UNIQA STIFTUNG besteht aus Andreas Brandstetter (Vorsitz, gleichzeitig CEO der UNIQA Insurance Group AG), Peter Eichler (gleichzeitig CITO von UNIQA Österreich Versicherungen AG und UNIQA International AG, also den beiden Sub-Holdings der UNIQA Insurance Group AG) sowie Harald Weiser (Generalsekretär und Syndikus der UNIQA Insurance Group AG).

Der **BEIRAT** der UNIQA STIFTUNG hat die Funktion eines Thinktanks zu den Ökosystemen Gesundheit, Mobilität und Smart Homes sowie zu Fragen der Digitalisierung und der Innovation. Er setzt sich aus hochrangigen Vertretern des Gesundheits- und Sozialwesens, der Wissenschaft und Forschung, der Kultur und des Bildungswesens, der Wirtschaft und Finanzwirtschaft sowie des Medienwesens zusammen. Die Mitglieder des Beirats haben betreffend der Projekte, die gefördert werden sollen, eine beratende Funktion gegenüber dem Vorstand. Die formelle Genehmigung der Projekte obliegt hingegen dem Aufsichtsrat. Das maximale Budget wird jeweils im letzten Jahresquartal für das darauffolgende Jahr vom Vorstand dem Aufsichtsrat vorgelegt. Für das Jahr 2018 steht derzeit eine Million Euro zur Verfügung.

UNIQA STIFTUNG unterstützt vier soziale Projekte

Rund eine Million Euro will die UNIQA Versicherungsverein Privatstiftung 2018 für soziale Projekte, die – direkt oder indirekt – vorwiegend der Gesundheit der Versicherungsnehmer von UNIQA Österreich zugutekommen, zur Verfügung stellen. Hintergrund ist die Überzeugung von UNIQA, dass jedes Unternehmen die Verpflichtung hat, der Gesellschaft einen Teil seines Erfolgs zurückzugeben. „Wir haben uns bewusst für vier bereits sehr konkrete Projekte entschieden, die eine gewisse Nähe zu unserem Geschäft aufweisen. Schrittweise möchten wir unseren Beitrag in den nächsten Jahren steigern“, sagt Andreas Brandstetter, Vorstand der UNIQA STIFTUNG. Ein Projekt kümmert sich um technische Lösungen, die das Leben von Menschen mit Behinderung erleichtern, das zweite kommt der Gesellschaft im Allgemeinen zugute, weil hier Orte, an denen es keine Defibrillatoren gibt, mit solchen ausgestattet werden. Eines sorgt für mehr geistige und körperliche Bewegung unserer Kinder in den Schulen, und das vierte investiert in Start-ups, die sich mit dem Thema Gesundheit befassen.



UNIKATE

UNIKATE ist eine Kooperation zwischen dem österreichischen Behindertenrat, der TU Wien und UNIQA, bei dem Schüler und Studenten Projekte einreichen können, deren Umsetzung das Leben von Menschen mit körperlicher Beeinträchtigung erleichtert. 2018 soll diese Kooperation durch eine erhöhte finanzielle Zuwendung vertieft werden, um mehr Projekte umsetzen zu können.



INiTS

INiTS wurde 2002 von der Universität Wien, der TU Wien und der Wirtschaftsagentur Wien gegründet, um als Business Incubator Start-ups zu fördern. Mit dem „Health Hub Vienna“, dem neuen Business-Incubator-Projekt von INiTS, ist eine Plattform zur Vernetzung von Unternehmen gestartet worden, um eine Veränderung des Gesundheitssystems zu bewirken. Die UNIQA STIFTUNG will eine längerfristige Kooperation mit INiTS schließen.



Defis für Österreich

Das derzeit aus nur knapp 4.000 Defibrillatoren bestehende Defi-Netzwerk in ganz Österreich soll merklich erweitert werden. An zentralen Stellen im öffentlichen Raum sollen künftig Defibrillatoren zugänglich sein. Wesentlich ist dabei eine Kooperation mit dem Roten Kreuz als Hauptträger der Landesnotrufzentralen.



Vital4Brain

Seit 2011 bemüht sich die Initiative Vital4Brain um die mentale und körperliche Fitness unserer Schüler und versorgt Schulen mit Arbeitsmaterialien, die 250 Koordinationsübungen beinhalten. Mittlerweile wenden 130.000 Schüler, unterstützt von 12.000 Lehrern, die Übungen regelmäßig im Unterricht an. Zielsetzung für 2018 ist es, die Bekanntheit von Vital4Brain durch zusätzliche Schulungen von Lehrern zu erhöhen.

UNIQA Group – die wichtigsten Stakeholder [GRI 102-40]



Ihre Meinung ist uns wichtig

Das sagen unsere Stakeholder

Es gibt Stakeholder, die mehr, und solche, die auf den ersten Blick scheinbar nur geringen Einfluss haben. Doch oft können gerade Letztere in Netzwerken Großes bewirken.

Zu den Stakeholdern von UNIQA zählen Mitarbeiter, Partner, Kunden, Investoren, die Öffentlichkeit und Menschen, die im Zusammenhang mit ihrer direkten und indirekten Geschäftstätigkeit berechnete Anliegen gegenüber uns haben. Das sind in Zahlen 20.000 Mitarbeiter, 3,6 Millionen Kunden in Österreich, 5,9 Millionen Kunden in CEE sowie zahlreiche Investoren und Partner. Als börsennotierter Konzern steht UNIQA mit einer Reihe weiterer Anspruchsgruppen, zu denen ebenfalls wechselseitige und regelmäßige Beziehungen bestehen, in Kontakt.

Sie alle haben Interesse daran, dass das Unternehmen nachhaltig geführt wird. UNIQA engagiert sich auch deshalb für die Nachhaltigkeit in verschiedenen Bereichen und entspricht damit der Wichtigkeit dieses Themas. Damit die Projekte und Initiativen auch den Kern treffen, ist es wichtig, die Anliegen der Stakeholder zu kennen und einen konstruktiven Austausch mit ihnen zu pflegen. Die Einbindung der Stakeholder ist deshalb ein Schwerpunkt unserer Nachhaltigkeitsstrategie und das wichtigste Element unseres Nachhaltigkeitsmanagements.

Was sind Stakeholder?

Stakeholder sind Personen oder Personengruppen, die

- ... grundsätzlich ein berechtigtes Interesse am Unternehmen haben
- ... in irgendeiner Weise vom Unternehmen betroffen sind
- ... den Anspruch haben, Einfluss auf das Unternehmen zu nehmen

Um mit unseren Stakeholdern zu kommunizieren, nutzen wir zahlreiche Medien wie etwa Internet, Intranet, Blogs, Workshops und Informationsveranstaltungen, Befragungen, Trainings, Schulungen, Interviews mit Journalisten, daneben sind wir in Foren und als Mitglied zahlreicher Initiativen aktiv. Ein weiteres wichtiges Instrument sind regelmäßige Stakeholder-Befragungen. Näheres dazu auf Seite 16. [\[GRI 102-43\]](#)

Wir haben unsere Stakeholder gefragt:
In welchen Bereichen soll sich
UNIQA in Sachen Nachhaltigkeit engagieren?



„Noch besser, als Risiko bestmöglich zu bewerten und einen Schaden optimal zu managen, ist es, ihn im Ansatz zu vermeiden! Mit Predictive Analytics, intelligenten Customer Journeys und dem Einsatz von Telematik können wir den Kunden warnen und ihn mit allen Kräften dabei unterstützen, persönlichen und wirtschaftliche Schäden zu verhindern.“

Harald Trautsch
Dolphin Technologies



„Es ist wichtig, strategische Ziele in allen Handlungsfeldern der Nachhaltigkeit – Wirtschaft, Umwelt und Soziales – zu verfolgen und die Stakeholder bestmöglich miteinzubeziehen. Darüber hinaus sollte man globale Trends aufnehmen und sich damit auseinandersetzen. Der größte Hebel von Unternehmen liegt aber sicher im Kerngeschäft.“

Andrea Sihl-Weber
RBI Group Sustainability Management und
Raiffeisen Nachhaltigkeits-Initiative

„Bereits seit 2004 verbindet UNIQA und UBIMET eine langjährige Partnerschaft, in deren Rahmen wir bis dato bereits mehr als 77 Millionen Unwetterwarnungen verschickt haben. Mit zunehmender Intensität und Häufigkeit von Extremwetterereignissen steigt auch die Bedeutung der Unwetterwarnungen, die dazu beitragen, Schäden vorzubeugen sowie Menschen und ihr Hab und Gut zu schützen für ein sicheres, besseres und längeres Leben.“

Michael Fassnauer
UBIMET



„Ich denke, dass das Thema Gesundheit nach wie vor bedeutend in Bezug auf Nachhaltigkeit ist – und es in Zukunft auch noch stärker sein wird. Von klein auf Menschen für ein ganzheitlich gesundes Leben zu begeistern, mit individuellen, kundennahen und innovativen Produkten und Services, für ein gesundes Miteinander. Das würde ich mir wünschen.“

Brigitte Wehinger
Kundin und Mitarbeiterin



„Die UNIQA Group kümmert sich um Menschen – in ihrer Arbeit, aber auch in ihrem sozialen Engagement. Seit Jahren unterstützt und begleitet sie das Mobile Hospiz der Caritas und hilft damit Menschen im letzten Abschnitt ihres Lebens. In einer solidarischen Gemeinschaft kommt es nicht nur auf jede und jeden Einzelnen an, sondern auch auf Verantwortungsträger in Politik und Wirtschaft.“

Klaus Schwertner
Caritas Wien

„Nachhaltigkeit beginnt beim Kerngeschäft. Wir sind zuallererst eine Versicherung und helfen Menschen in Notsituationen. Das Versicherungsprinzip ist der Hauptzweck unseres Unternehmens. Wir sind dann nachhaltig, wenn wir die finanzielle Substanz und die Reserven des Unternehmens bewahren, da wir unseren Kunden auch langfristig verpflichtet sind.“

Günter Schmölz
Kunde und Mitarbeiter



Die Wesentlichkeitsanalyse

Worauf es (uns) ankommt

Kunden, Mitarbeiter, Investoren, Partner und viele mehr wurden 2017 befragt, welche Themen ihnen in Bezug auf die Nachhaltigkeit bei UNIQA besonders am Herzen lagen.

Die Geschäftstätigkeit von UNIQA betrifft viele Stakeholder-Gruppen und Menschen mit unterschiedlichen Erwartungen. Aus diesem Grund ist die Ermittlung der relevantesten Themen für einen international agierenden Konzern wie UNIQA ein ganz zentrales Element im Nachhaltigkeitsmanagement und in der Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Zur Identifikation wesentlicher Nachhaltigkeitsthemen wurden im Mai 2017 insgesamt 1.395 Stakeholder dazu befragt, was für sie in Sachen Nachhaltigkeit an erster Stelle steht. Das Ergebnis deckt sich weitgehend mit jenen Themen, die auch bei uns im Fokus der Nachhaltigkeit stehen.

Bei der Bestimmung dieser relevanten Themenbereiche sind wir nach den GRI-Prinzipien vorgegangen und haben für die Festlegung unserer strategischen Handlungsfelder im Nachhaltigkeitsbereich die interne und externe Sicht unserer Stakeholder miteinbezogen.

Die wichtigsten Themen für Stakeholder sind in der Wesentlichkeitsmatrix (siehe unten) zu erkennen. Ganz oben stehen bei den Stakeholdern die „Klare Bewertung von Schäden bzw. Leistungen und schnelle Hilfe“ ebenso wie der „Umgang mit Daten und neuen Technologien“ oder „Gesundheit, Sicherheit und Zufriedenheit der Mitarbeiter“.

Hier unser Plan zur Identifikation der wichtigsten Themen in puncto Nachhaltigkeit:

Identifikation der Themen

In einem ersten Schritt wurden mit Blick auf die gesamte Wertschöpfungskette der Versicherungsbranche 23 relevante Themen identifiziert und in die Kategorien „produktbezogen“, „mitarbeiterbezogen“ und „umweltbezogen“ sowie „gesellschaftliche Verantwortung & Compliance“ gegliedert.

holder an der Umfrage teil. Dank der zahlreichen Antworten wurden die wichtigsten Themen für den UNIQA Nachhaltigkeitsbericht 2017 mitbestimmt.

Bewertung

Im Rahmen von zwei Impact-Workshops mit den Fachbereichen des Konzerns wurden die ökologischen und sozialen Auswirkungen der Tätigkeit von UNIQA in Bezug auf diese Themen bewertet.

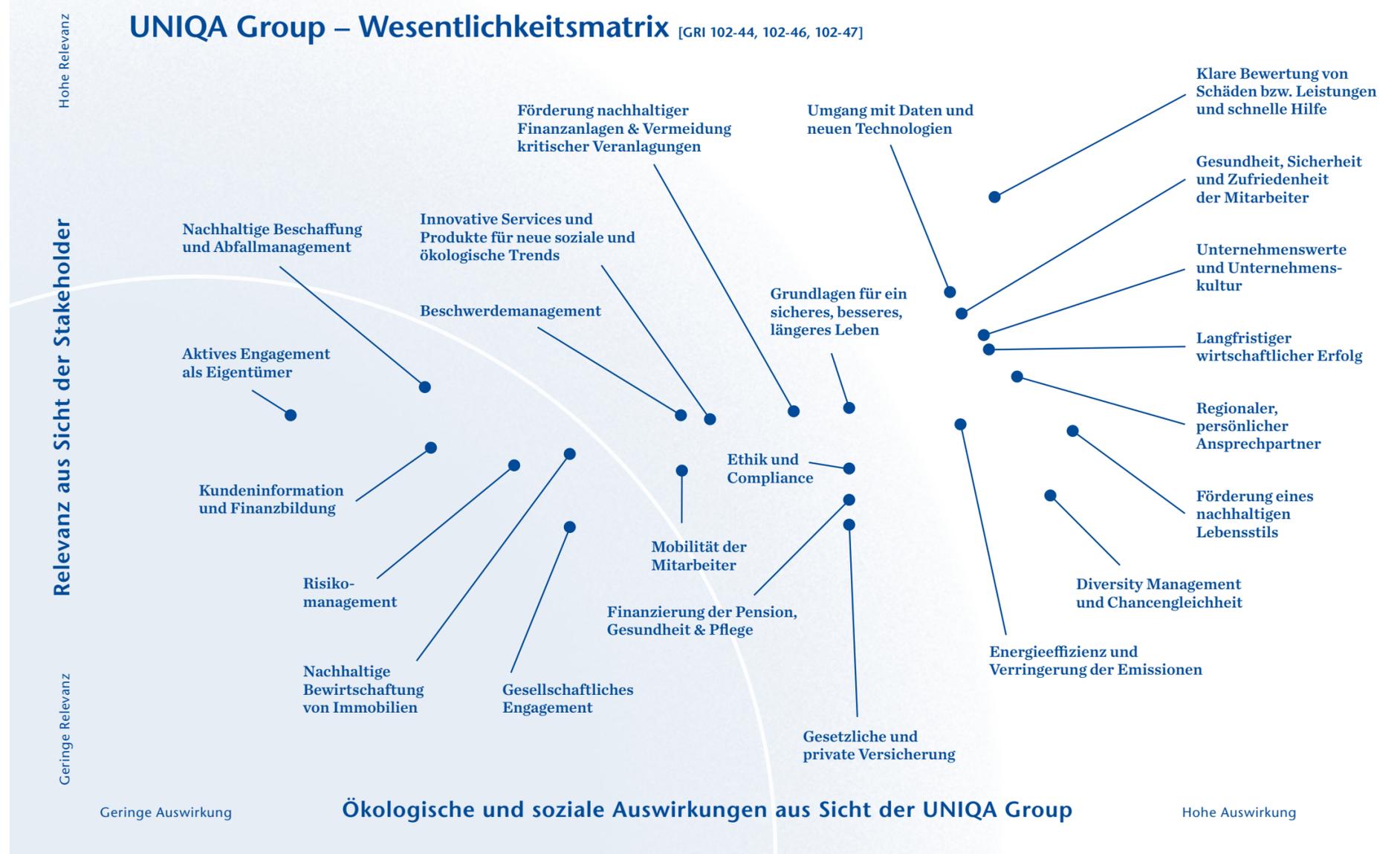
Überprüfung

Parallel dazu wurde eine Online-Umfrage unter internen und externen Stakeholdern gestartet, um deren Sichtweise zu den wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen von UNIQA zu erheben. In Summe wurden dazu mehr als 7.500 Stakeholder kontaktiert und zu den erwähnten 23 Themen befragt. Um ein ausgewogenes Bild zu erhalten, wurden neben Kunden auch Investoren, Vertriebspartner, Mitarbeiter und NGOs um ihren Input gebeten. Insgesamt nahmen 1.395 Stake-

Priorisierung und Wesentlichkeitsmatrix

Die Ergebnisse aus den Wesentlichkeits-Workshops wurden seitens des Managements in die interne Beurteilung der ökologischen und sozialen Auswirkungen miteinbezogen. Auf Grundlage dieser Impact-Bewertung und der Stakeholder-Befragung wurde schließlich die aktuelle Wesentlichkeitsmatrix von UNIQA erstellt.

UNIQA Group – Wesentlichkeitsmatrix [GRI 102-44, 102-46, 102-47]

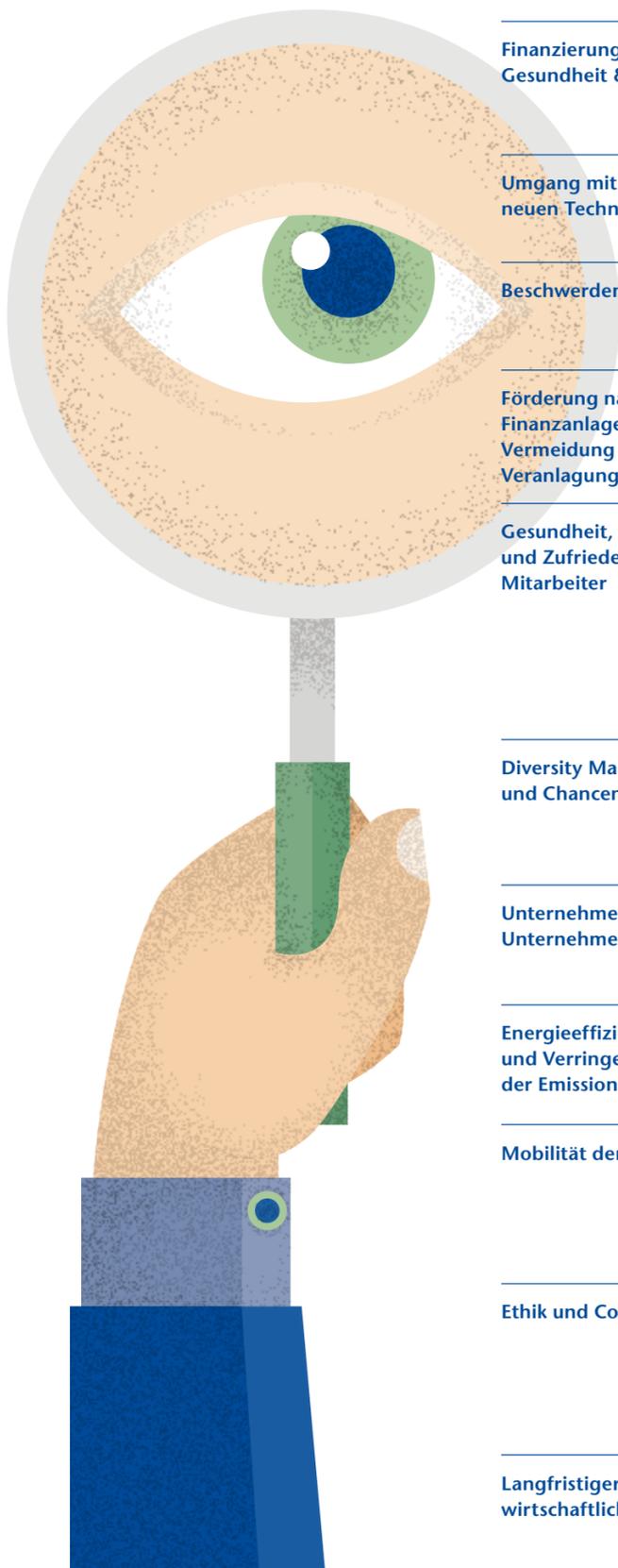


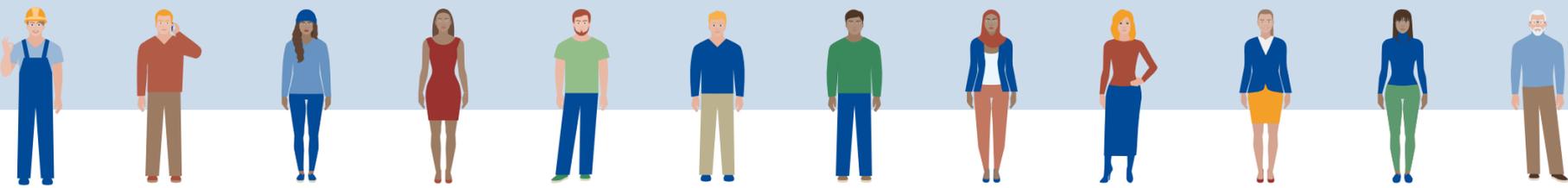
Überleitung Wesentlichkeit – GRI/NaDiVeG- Belange

Zum besseren Verständnis der wesentlichen Themen von UNIQA sind diese in nachstehender Tabelle näher beschrieben. Ebenso werden hier die GRI-Konformität und die Relevanz im Hinblick auf das NaDiVeG dargestellt.

[GRI 102-47]

Wesentliches Thema	Beschreibung	GRI-Topic NaDiVeG-Relevanz
Innovative Services und Produkte für neue soziale und ökologische Trends	Soziale und ökologische Entwicklungen beeinflussen die Lebensumstände auf vielen Ebenen: Höhere Lebenserwartung, Wandel der Arbeitswelt, Urbanisierung oder etwa Klimawandel verändern auch die Anforderungen an Versicherungen. Wir investieren daher gezielt in innovative Services und Produkte, die die unterschiedlichen Bedürfnisse abdecken.	Kein Thema im Rahmen von GRI-Standards Keine NaDiVeG-Relevanz im engeren Sinn
Klare Bewertung von Schäden bzw. Leistungen und schnelle Hilfe	Wir bemühen uns um Transparenz bei Produkten und Services sowie um schnelle Hilfe und eine klare, nachvollziehbare Bewertung im Schadenfall.	Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen GRI 417-1, 417-2, 417-3 Keine NaDiVeG-Relevanz im engeren Sinn
Förderung eines nachhaltigen Lebensstils	Ein nachhaltiger Lebensstil gewinnt in der Gesellschaft immer mehr an Bedeutung: Ein gesunder Lebenswandel bringt individuelles Wohlbefinden. Wir fördern und unterstützen einen nachhaltigen Lebensstil durch verschiedene Anreizsysteme.	Kein Thema im Rahmen von GRI-Standards Keine NaDiVeG-Relevanz im engeren Sinn
Grundlagen für ein sicheres, besseres, längeres Leben	Gesunde Ernährung, Bewegung und Sport und generell ein Augenmerk auf Prävention sind die Grundlagen für ein sicheres, besseres, längeres Leben. Wir fördern diese Grundlagen mit verschiedensten Programmen und wollen dadurch zu einer besseren mentalen und körperlichen Lebensqualität beitragen (z. B. Ernährungsberatung, medizinische Beratung, Kooperation mit Schulen).	Kein Thema im Rahmen von GRI-Standards Keine NaDiVeG-Relevanz im engeren Sinn
Gesetzliche und private Versicherungen	Wir unterstützen unsere Kunden mit unseren Leistungen täglich dabei, sicher, besser und länger zu leben. Im Bereich der finanziellen und gesundheitlichen Vorsorge ergänzen unsere Leistungen dabei die Leistungen des Staates, die Finanzierung erfolgt jedoch jeweils getrennt.	Kein Thema im Rahmen von GRI-Standards Keine NaDiVeG-Relevanz im engeren Sinn
Finanzierung der Pension, Gesundheit & Pflege	Durch die steigende Lebenserwartung verbleiben mehr Jahre mit Unterstützungsbedarf (finanzielle Unterstützung, möglichst langes Leben im eigenen Zuhause, regelmäßige Beratungs- bzw. Betreuungsgespräche).	Kein Thema im Rahmen von GRI-Standards Keine NaDiVeG-Relevanz im engeren Sinn
Umgang mit Daten und neuen Technologien	Beim Einsatz von neuen Technologien (Telemetrie, Apps, Online-Services etc.) haben für uns die Sicherheit der persönlichen Daten und der Schutz vor Datenmissbrauch oberste Priorität.	Schutz der Privatsphäre der Kunden Keine NaDiVeG-Relevanz im engeren Sinn
Beschwerdemanagement	Kundenbeschwerden nehmen wir ernst und bemühen uns um eine rasche Klärung. Unser Beschwerdemanagement hilft uns zudem, Verbesserungspotenziale rasch zu erkennen.	Kein Thema im Rahmen von GRI-Standards Keine NaDiVeG-Relevanz im engeren Sinn
Förderung nachhaltiger Finanzanlagen & Vermeidung kritischer Veranlagungen	Bei der Investition in andere Unternehmen achten wir vermehrt darauf, dass deren Geschäftsmodelle nachhaltig sind und sorgsam mit Ressourcen umgegangen wird. Wir bemühen uns, bei der Veranlagung der Gelder auf Themen wie Umweltschutz und Menschenrechte zu achten.	Managementansatz Produktverantwortung Keine NaDiVeG-Relevanz im engeren Sinn
Gesundheit, Sicherheit und Zufriedenheit der Mitarbeiter	Wir unterstützen unsere Mitarbeiter dabei, gesund und fit zu bleiben, und bemühen uns, ein attraktiver Arbeitgeber zu sein. Zufriedene Mitarbeiter sind die Voraussetzung für zufriedene Kunden. Deshalb ist uns der Einklang von Beruf und Familie ein Anliegen. Wir bieten unseren Mitarbeitern ein flexibles Zeitmanagement, unterschiedliche Arbeitsmodelle, leistungsorientierte Bezahlung sowie zahlreiche Nebenleistungen und umfassende Aus- und Weiterbildungsprogramme auf allen Unternehmensebenen.	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, Beschäftigung, Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis, Aus- und Weiterbildung GRI 401-1, 401-2, 402-1, 403-2, 404-2, 404-3, 405-1, 406-1 NaDiVeG-relevant (soziale Belange)
Diversity Management und Chancengleichheit	Wir legen Wert darauf, dass alle Personen – unabhängig von Geschlecht, Kultur, Sprache, Religion, Alter etc. – bei uns die gleichen Möglichkeiten und Chancen vorfinden.	Vielfalt und Chancengleichheit; Beschäftigung, Gleichbehandlung GRI 405-1 NaDiVeG-relevant (soziale Belange)
Unternehmenswerte und Unternehmenskultur	Wir wollen begeistern, gestalten, sind geradlinig und liefern dabei unsere versprochenen Ergebnisse.	Ethik und Integrität GRI 102-16 Keine NaDiVeG-Relevanz im engeren Sinn
Energieeffizienz und Verringerung der Emissionen	Die stetige Verbesserung der Energieeffizienz unserer Immobilien ist uns ein Anliegen, einige Gebäude sind als „Green Buildings“ zertifiziert. Im Einkauf werden Energieanbieter mit erneuerbarer Energie bevorzugt.	Energie, Emissionen GRI 305-1, 305-2 NaDiVeG-relevant (Umweltbelange)
Mobilität der Mitarbeiter	Geschäftsreisen werden effizient geplant. Ergänzend nutzen wir Videokonferenzräume und adäquate Infrastruktur für Meetings. Durch unterschiedliche Anreize wie etwa Fahrradabstellplätze unterstützen wir unsere Mitarbeiter bei einer umweltfreundlichen Anreise zum Arbeitsplatz.	Kein Thema im Rahmen von GRI-Standards GRI 305-1 NaDiVeG-relevant (Umweltbelange)
Ethik und Compliance	Die Einhaltung aller gesetzlichen Bestimmungen ist für uns selbstverständlich. In jedem unserer Märkte kümmern sich lokale Einheiten um die Einhaltung von Compliance- und Verhaltensrichtlinien genauso wie um die Prävention von Korruption.	Korruptionsbekämpfung, Compliance, wettbewerbswidriges Verhalten GRI 307-1, 406-1, 415-1, 417-2, 417-3, 418-1, 419-1 NaDiVeG-relevant (Compliance)
Langfristiger wirtschaftlicher Erfolg	Nur als langfristig erfolgreiches Unternehmen können wir ein sicherer Arbeitgeber sein, unsere Kunden mit nützlichen Produkten unterstützen und für unsere Investoren attraktive Renditen bieten.	Wirtschaftliche Leistung GRI 201-1 Keine NaDiVeG-Relevanz im engeren Sinn





Maximale Kundenzufriedenheit ist für UNIQA sehr wichtig. Wir wollen Relevanz und Mehrwert für die Kunden generieren und in ihrem Leben unverzichtbar sein, indem wir sie täglich darin unterstützen, sicher, besser und länger zu leben.

Hohe Servicequalität

Nach den Prioritäten unserer Kunden in Bezug auf unsere Wesentlichkeitsmatrix legen wir besonderes Augenmerk auf den Wunsch nach „klarer Bewertung von Schäden bzw. Leistungen und schneller Hilfe“. In diesem Sinn arbeiten wir laufend an der Verbesserung der Bearbeitungsqualität und einer transparenten und zügigen Leistungsabwicklung. Innovative, teilweise digitale Lösungen helfen uns dabei genauso wie konsequentes Denken und Handeln im Sinn unserer Kunden. Dazu ist es notwendig zu wissen, wie zufrieden unsere Kunden mit dem Service und den Produkten von UNIQA sind und wie wir an den verschiedenen Kontaktpunkten erlebt werden. Deshalb erheben wir nach jedem Kontakt sowie nach jedem Schaden-/Leistungsfall sowie auch sonst in definierten Zeitabständen die Zufriedenheit mit dem persönlichen Betreuer und dem telefonischen Kundenservice. Auch unsere Geschäftspartner (Makler und Generalagenten) befragen wir einmal pro Jahr, wie zufrieden sie mit der Betreuung sind. Alle diese Befragungen liefern Kennwerte zur Kundenzufriedenheit und zur Weiterempfehlungsbereitschaft sowie Detailinformationen zu unserer Kompetenz und Servicequalität.

Weiterempfehlungsbereitschaft als Hauptkriterium

Ab 2018 werden die Kundenzufriedenheitsbefragungen in Österreich verdichtet und vereinheitlicht – die dafür relevanten Parameter und Kennzahlen legen wir gerade fest. Als Kriterium für die Zufriedenheit wurde die „Weiterempfehlungsbereitschaft“ bezüglich UNIQA als Versicherer gewählt. Gemessen wird dieser Parameter anhand der sogenannten NPS-Methodik¹⁾. Schon 2017 wurden die entsprechenden Werte in allen relevanten Studien erhoben. Neben der Zufriedenheit der Kunden mit dem gesamten Unternehmen UNIQA fokussieren wir auf die Schwerpunkte „Schaden“ und „Betreuung“. Im Bereich Schaden werden Kennzahlen für die verschiedenen Sparten und Vertriebswege festgelegt, im Bereich Betreuung werden wir weiterhin die

Zufriedenheit mit dem persönlichen Betreuer, dem Regionalen Service Center und dem telefonischen Kundenservice, aber auch mögliche andere Kontaktpunkte messen.

Laufende weitere Verbesserung

Die ersten Erhebungen waren durchaus ermutigend: UNIQA liegt bei der Kundenzufriedenheit im Vergleich der österreichischen Top 4²⁾ an erster Stelle, und auch in CEE sind wir in den meisten Märkten Spitzenreiter bzw. den Topplätzen dicht auf den Fersen³⁾. Damit das

Neue Impulse durch neue Versicherungsvertriebsrichtlinie IDD

Anfang 2016 haben das Europäische Parlament und der Europäische Rat die Versicherungsvertriebsrichtlinie IDD (Insurance Distribution Directive) beschlossen, die bis zum 23. Februar 2018 in nationales Recht umzusetzen war. Interessenkonflikte im Verkauf zu vermeiden, Kundeninteressen verstärkt zu berücksichtigen und den Schutz des Kunden zu verbessern, steht im Fokus dieser neuen Richtlinie. Durch die erforderlichen Maßnahmen wird die Beratung noch intensiver,

beitern und Partnern E-Learning-Module zu den einzelnen Sparten sowie zu einzelnen Produkten und zu Themen wie Sozialversicherung zur Verfügung. [GRI 404-2]

Nachgewiesen hohe Beraterqualität

Durch all diese Maßnahmen ist gewährleistet, dass unsere Mitarbeiter und Partner über das notwendige Wissen verfügen, um unsere Kunden bestmöglich beraten zu können. Ebenso stellen wir dadurch sicher, dass neu eintretende Mitarbeiter – wie von der IDD gefordert – nach acht Wochen (drei absolvierte Ausbildungsmodulare inkl.

E-Learning) nachweislich über die geforderte Mindestkompetenz verfügen, um eigenständig beraten zu können. Der Nachweis wird jeweils nach erfolgter Prüfung durch ein entsprechendes Zertifikat bestätigt.

Auch für die laufende Höherqualifizierung aller im Vertrieb tätigen Mitarbeiter (gefordert sind mind. 15 Stunden p. a.) greifen wir auf die bereits erwähnten Ausbildungs-Tools sowie künftig auch neue Lernmethoden wie Webinare zurück. [GRI 404-2]

Die erforderliche Erfassung und Dokumentation werden wir ab 2018 über eine eigene Lernplattform bewerkstelligen.

Umfassende Produktinformation

Auf der Produktseite kommt der Transparenz laut IDD eine wichtige Rolle zu. Produktinformationsblätter sollen kurz,

prägnant und standardisiert sein, aber gleichzeitig die gesetzlichen Vorgaben erfüllen. Jedes einzelne Produkt ist dabei abzudecken. [GRI 417-1]

Wir sind all diesen Anforderungen – von deren Sinnhaftigkeit wir überzeugt sind – absolut gewachsen. Zudem können wir die Einhaltung der IDD-Anforderungen dazu nutzen, weitere Synergien zu schaffen, die Kundenzufriedenheit noch weiter zu steigern sowie zusätzlichen Nutzen für unsere Berater zu erzielen.

¹⁾ NPS-Methodik: Durch eine Kundenbefragung misst der Net Promoter Score unmittelbar die Wahrscheinlichkeit, mit der ein Kunde eine Weiterempfehlung für ein Unternehmen, ein Produkt oder eine Dienstleistung aussprechen wird. Mittelbar misst der Net Promoter Score damit die Kundenzufriedenheit und die Loyalität des Kunden.

²⁾ Top 4: UNIQA Österreich Versicherungen AG, Wiener Städtische Versicherung AG, Generali Versicherung AG, Allianz Versicherung Österreich; Quelle: Recommender-Erhebung, Telemark Marketing, Jänner – März 2017

³⁾ Quelle: puls Marktforschung, April 2017

Geht's dem Kunden gut, geht's uns allen gut

Der Kunde im Mittelpunkt

Über 90 Prozent unserer Kunden würden ihren Berater weiterempfehlen. Warum das so ist und wie sich unsere Berater aufgrund von IDD umstellen müssen.

so bleibt – und nach Kräften noch besser wird –, müssen wir immer dort sein, wo der Kunde uns braucht. Dies erreichen wir durch ein integriertes Konzept, das sämtliche möglichen Kontaktwege – von der Internetanfrage bis zum persönlichen Kontakt – mit einschließt.

Der Kunde kann bei UNIQA immer auf persönliche Beratung zählen, egal ob er eine Polizze im Internet oder vor Ort abschließt. Denn der direkte Kontakt und die individuelle Beratung sind die Herzstücke unseres Vertriebs. Wir haben neun Landesdirektionen, über 400 regionale Standorte und ein Beraternetzwerk, das aus 3.000 Exklusivverkäufern und aus mehr als 4.000 unabhängigen Vermittlern besteht. Und unsere Kunden sind auch mit der Leistung ihrer Berater (laut einer 2016 intern durchgeführten Betreuungszufriedenheitsstudie) sehr zufrieden – über 90 Prozent würden ihren Berater weiterempfehlen, 84 Prozent würden sich bei einem neuen Versicherungsabschluss wieder an ihren Berater wenden – Tendenz steigend.

und die Dokumentationsanforderungen werden erweitert. Die IDD-Richtlinie bietet der Versicherungswirtschaft gleichzeitig die Chance, Vertriebsprozesse zu optimieren und die Kundenzufriedenheit weiter zu steigern.

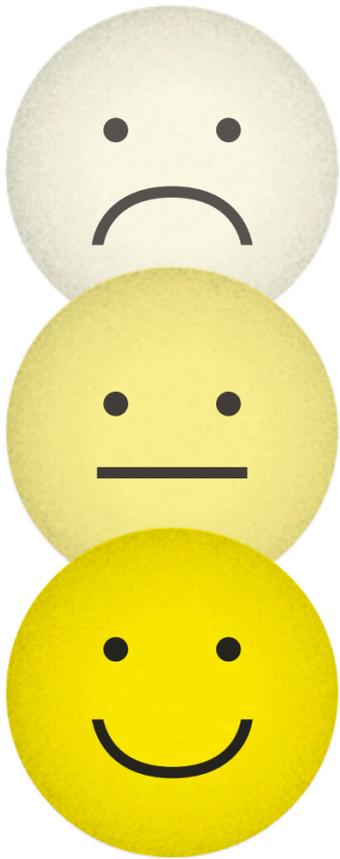
Noch umfassendere Beraterausbildung

Die Analyse der Kundenwünsche erfordert – gepaart mit den vermehrten Kundeninformationspflichten – hoch qualifizierte Berater. Ein höheres Bildungsangebot für die Vertriebsmannschaft ist damit ein Gebot der Stunde. Deshalb sieht auch die Richtlinie eine verpflichtende Weiterbildung der Vertriebsmitarbeiter vor. Ausbildung steht bei UNIQA aber seit jeher ganz oben auf der Agenda: Allein im Jahr 2017 haben wir knapp 500 Präsenzseminare mit ca. 4.900 teilnehmenden Mitarbeitern abgehalten. Geboten wird in diesen Seminaren Produkt- und Fachwissen, gepaart mit verkäuferischen Ansätzen und der technischen Umsetzung. Neben diesen Präsenzseminaren stehen unseren Mitar-

Beschwerdemanagement

Aus Fehlern lernen

Wer Kunden halten oder werben will, muss sie nicht nur begeistern, sondern als Fans gewinnen. Voraussetzung dafür ist, dass die Leistungen und der Service überzeugen.



Kunden fordern transparente Prozesse in allen Lebensbereichen. Sie wollen einfach und schnell eine vertrauenswürdige Versicherung zu einem fairen Preis abschließen. Wenn die erwartete Leistung nicht entspricht, wird nach einem besseren Anbieter gesucht. Der Kunde ist verloren. Gerade deshalb ist es so wichtig, dass wir unsere Kunden oder solche, die es werden möchten, durch Qualität, Service und Leistung überzeugen können. Eine transparente Beschwerdekultur ist dabei heute nicht mehr „nice to have“, sondern ein absolutes Must. Der Code of Conduct (Details dazu finden Sie im Kapitel Ethik und Compliance) unterstützt uns dabei, unsere Mitarbeiter zu motivieren, Regeln einzuhalten und das Kundeninteresse als wichtigste Prämisse zu sehen.

IMMER TELEFONISCH FÜR SIE DA

Der Kundenservice von UNIQA in Österreich ist rund um die Uhr für Sie da. Egal, ob es um Fragen zur Polizza, zu den Leistungen oder zu einem Schaden geht, unsere Mitarbeiter im Kundenservice beantworten sie alle prompt. Kunden, aber auch Nichtkunden können den Kundenservice telefonisch, per Mail, per Web-Formular, Brief oder Fax erreichen.

Vor allem wenn Kunden Beschwerden haben, nimmt UNIQA die Anliegen sehr ernst. Seit Jahren gibt es deshalb ein aktives Beschwerdewesen (www.uniqa.at/versicherung/cms/kontakt/Beschwerde.de.html). Hier werden Anliegen und Beschwerden entweder gleich direkt übernommen, bearbeitet und erledigt oder sofort an die dafür zuständige Stelle weitergeleitet. Uns interessiert dabei jedes Kundenanliegen, auch wenn es noch so „klein“ ist, denn Feedback unserer Kunden betrachten wir grundsätzlich als enormes Potenzial.

Elektronisch wird die Beschwerdebearbeitung durch das sogenannte Anlie-

gen-Managementsystem (AMA) unterstützt, mit dessen Hilfe der Großteil aller Anfragen und Beschwerden erledigt sowie dokumentiert wird. Dadurch ist eine wirksame, datengesicherte und transparente Verfahrensweise beim Umgang mit Beschwerden sichergestellt.

OMBUDSSTELLE

Seit 1. August 2016 gibt es bei UNIQA auch eine eigene Ombudsstelle. Diese fungiert als objektive, vom operativen Geschäft unabhängige interne Schnittstelle zwischen unseren Kunden und allen kundenorientierten Abteilungen im Unternehmen. Gemeinsam werden Beschwerden sachlich gelöst.

Dass die Beschwerdebearbeitung bei UNIQA aufgrund der gesetzlichen Vorgaben gemäß EIOPA (European Insurance and Occupational Pensions Authority)-Leitlinie (EIOPA-BOS-12/069 DE)

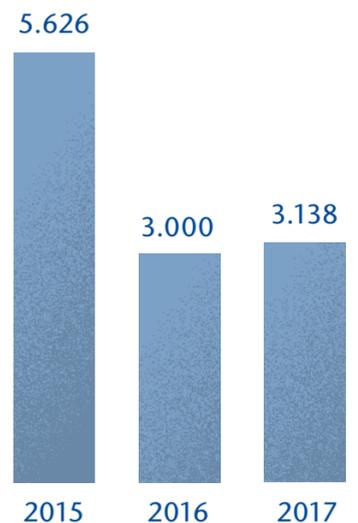
und internen Standards ordnungsgemäß erfolgt, wird zudem seit Jahren durch die Finanzmarktaufsicht geprüft. Zum Zweck der Qualitätskontrolle werden zudem Stichproben der im AMA erfassten Beschwerden analysiert.

ZAHLEN UND FAKTEN

Die Anzahl der Kundenbeschwerden zeigte sich 2016 und 2017 im Vergleich zu den Vorjahren deutlich rückläufig. Im Berichtsjahr 2017 haben sich von rund 3,6 Millionen Kunden in Österreich lediglich 3.138 bei UNIQA beschwert.

Mehr als ein Drittel aller Beschwerden betraf 2017 die Sparte Krankenversicherung (Verzögerung der Schadenbearbeitung, Kündigung), gefolgt in gleichen Anteilen von Haushalt/Kfz/Sonstiges mit den Themen „Kündigung“ und „Beratung/Antragsannahme“.

Kundenbeschwerden deutlich zurückgegangen



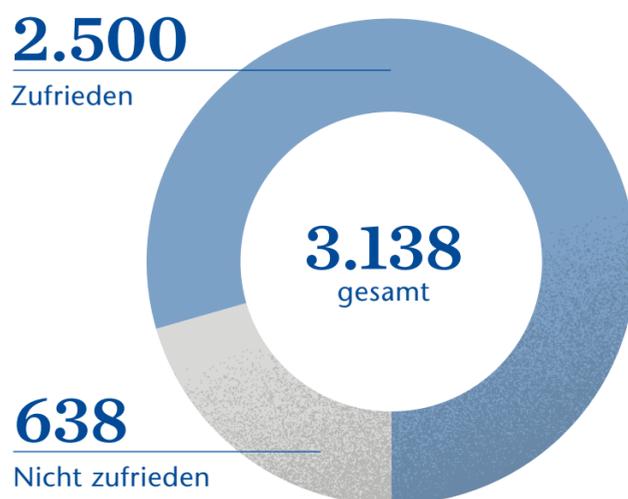
Kundenzufriedenheit: So lernen wir von unzufriedenen Kunden

Unzufriedene Kunden sind für das operative Geschäft ein guter Spiegel dafür, wo Verbesserungen notwendig sind oder über alternative Abläufe nachgedacht werden sollte. Beschwerden unserer Kunden sind aber auch ein wichtiges Instrument zur Verbesserung der Kundenbindung. Voraussetzung dafür ist der richtige Umgang mit unzufriedenen Kunden. Denn Kunden, die sich beschweren, geben uns die Chance zu erkennen, was sie wirklich möchten und was sie bewegt.

Wenn es uns gelingt, durch faire, korrekte Lösungen und persönliches Engagement die Erwartungen der Kunden zu übertreffen, wandeln sich unzufriedene wieder in zufriedene Kunden und bleiben unserem Unternehmen treu. UNIQA nutzt diese Effekte als kundenfreundlicher Versicherer nachhaltig und profitiert langfristig von der aktiven und positiven Beschwerdebearbeitung.

Die Messergebnisse zum Thema Kundenzufriedenheit wurden für 2017 im Beschwerdebericht an die FMA veröffentlicht. Von 3.138 Kundenbeschwerden lautete die Bewertung des Erledigungsstatus bei 2.500 „zufrieden“ und bei 638 „nicht zufrieden“.

Die Beschwerdekategorien in unserem Beschwerdesystem wurden nach den Vorgaben der FMA angelegt. Datenschutzbeschwerden müssen Versicherungsunternehmen nach diesen Kriterien nicht extra ausweisen und auswerten. UNIQA würde aus diesen Gründen auch keine Informationen über Beschwerden zum Datenschutz weitergeben. [GRI 418-1]



Unser wertvollstes Asset

Mitarbeiter im Fokus

Was muss ein Unternehmen alles tun, damit sich seine Mitarbeiter wohlfühlen? Hier ein kleiner Auszug unserer vielfältigen Maßnahmen in Sachen Mitarbeiterzufriedenheit.

Frauen in Führung



UNIQA ist international tätig. Diversität ist schon deshalb ein wesentliches Element für unseren Erfolg. Daher ermitteln wir regelmäßig:

- Geschlechterverteilung (inklusive Führungspositionen)
- Altersverteilung
- Anteil von in Elternkarenz befindlichen Mitarbeitern nach Geschlecht
- Nutzung von Teilzeit/flexiblen Arbeitsformen nach Geschlecht
- Durchschnittliche Fortbildungstage pro Mitarbeiter nach Geschlecht

Bei der UNIQA Group arbeiten mit 52 Prozent knapp mehr Frauen als Männer (48 Prozent). Bei Vorständen und Geschäftsführern liegt der Anteil nur bei 23 Prozent. Um den Frauenanteil zu erhöhen, bevorzugen wir beim Recruiting bei gleicher Qualifikation Frauen.

Mit der Teilnahme beim Wiener Töchterttag versuchen wir, Mädchen für nicht frauentypische Berufe zu interessieren. Im UNIQA Tower ist an diesem Tag ein Besuch in der Vorstandsetage selbstverständlich. [\[GRI 405-1\]](#)

Aus- und Weiterbildung auf der Höhe der Zeit

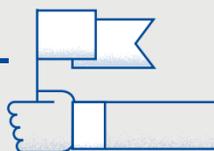


E-Learning steht bei UNIQA allen Mitarbeitern zur Verfügung. Seit der Einführung vor 15 Jahren haben mehr als 4.000 Mitarbeiter in Vertrieb, Beratung und Verwaltung diese Lernform genutzt. 2018 wird die gesamte Ausbildung über die neue Lernplattform abgewickelt.

Schon bald wird auch Lernstoff zur Versicherungsvertriebsrichtlinie IDD (Insurance Distribution Directive) in dieser

Ausbildungsplattform abgebildet sein. Bei jedem Kurs wird zudem angezeigt, wie viele IDD-relevante Stunden er beinhaltet. Jede Führungskraft im Außendienst erhält mit einem Klick einen Report, der aufzeigt, welche Mitarbeiter bereits wie viele Stunden IDD-Weiterbildung abgeschlossen haben. Mit einem weiteren Klick kann man sehen, was im laufenden Jahr geplant ist, um die Vorgabe zu erreichen. Die Lernplattform wird künftig als Gruppenlösung dienen, um IDD in allen großen Ländern, in denen UNIQA International agiert, zu implementieren. [\[GRI 404-2\]](#)

Leadership



Seit 2016 geht UNIQA auch in der Ausbildung der Führungskräfte neue Wege. Jede Führungskraft hat die Möglichkeit, auf freiwilliger Basis unterschiedliche Module dieses Programms an die persönlichen Weiterbildungspläne anzupassen.

Unter dem Motto „Gute Führung macht den Unterschied“ steht das Führungskräfteprogramm SHAPE, das primär Leadership- und strategische Fähigkeiten stärken soll. Die Weiterbildungen wurden insgesamt von 74 Teilnehmern besucht. Das am häufigsten besuchte Training war dabei das Konfliktmanagement. Auch das Angebot des Business Coachings wurde sehr gut angenommen. Das Talentprogramm „NEXT International“ wiederum soll die Kompetenzen unserer internationalen Toptalente in den Bereichen Mitarbeiterführung und Management stärken. Das Programm ist so aufgebaut, dass man selbst entscheiden kann, welche Bausteine Priorität haben. Die Weiterbildungen wurden bisher von 107 Mitarbeitern besucht. Dabei war das Thema „Motivation“ das mit Abstand am meisten gefragte. 2017 gestartet wurde das Programm „NEXT AT“, das den insgesamt 259 Führungskräften aus Österreich auf ihre spezifischen Bedürfnisse hin konzipierte Ausbildungsmodulare bietet. Seit September 2017 wurden zehn Trainings mit 170 Teilnehmern durchgeführt. [\[GRI 404-2\]](#)

Talent Management



Wir kennen unsere zukünftigen Schlüsselkräfte und bieten ihnen attraktive Entwicklungsmöglichkeiten. Bei UNIQA International etwa haben wir 2017 Management Reviews für die Führungsebene und Talent Reviews zur Identifikation von Nachwuchstalente durchgeführt. Dabei werden Elemente wie Performance, Potenzial, Bereitschaft zum Einsatz in anderen Ländern oder Nachfolgeplanung im Detail diskutiert und dokumentiert. Zudem wurden maßgeschneiderte Entwicklungspläne definiert, und deren Umsetzung wurde geplant. Dank der zentralen Steuerung des Prozesses entsteht dabei nicht zuletzt ein gemeinsames Verständnis von Leadership für die gesamte Gruppe.

In den UNIQA-internen Development Centers in Österreich werden die Teilnehmer in unterschiedliche Situationen – etwa Rollenspiele – versetzt und im Umgang damit bewertet. Ziele sind auch hier die Potenzialermittlung und die Festlegung konkreter Entwicklungsmaßnahmen. Jeder Teilnehmer erhält danach Gelegenheit zu einem strukturierten Feedbackgespräch. 2017 wurden neun Development Centers mit 40 Teilnehmern durchgeführt. [\[GRI 404-2\]](#)

UNIQA Sozialtage



Wir wollen Menschen darin unterstützen, sicher, besser und länger zu leben. In diesem Sinn ist auch soziales Engagement Teil unserer Unternehmenskultur, und das betrifft auch unsere Mitarbeiter. Wir ermutigen sie deshalb, sich auch gesellschaftlich und für benachteiligte Mitmenschen zu engagieren. In Österreich können unsere Mitarbeiter dafür seit einigen Jahren den Sozialtag, einen freien Tag für karitative Arbeit, in Anspruch nehmen. Zu speziellen Anlässen erhöhen wir das Kontingent auch auf zwei Tage.

2017 haben in Österreich insgesamt 383 Mitarbeiter Sozialtage absolviert, 200 von ihnen investierten im Rahmen der Special Olympics 2017 sogar zwei Tage.

Gesund und fit am Arbeitsplatz



Nicht nur die Zufriedenheit, auch die Gesundheit unserer Mitarbeiter liegt uns seit jeher am Herzen. Auch diesem Anliegen dient eine Reihe von Initiativen. So betreuen etwa Arbeitsmediziner und Sicherheitsfachkräfte alle Mitarbeiter an ihren Arbeitsplätzen und bieten Ergonomieschulungen an. In der Zentrale wurden zum Beispiel im Herbst 2017 fast 70 Mitarbeiter in eintägigen Erste-Hilfe-Schulungen als Ersthelfer trainiert. Unsere Bürostandorte werden in regelmäßigen Abständen geprüft und bei Bedarf saniert (Malerei, Bodenbeläge etc.). Bei größeren Problemen gibt es zudem die Möglichkeit zur Übersiedlung von Arbeitsplätzen. Ganz generell achten wir auf qualitativ hochwertige Arbeitsplätze für alle Mitarbeiter: Drehstühle, Schreibtische, Rollcontainer und Schränke erfüllen einheitliche Standards. Hardware und Software werden laufend dem Stand der Technik angepasst.

In Kooperation mit dem Institut für Vitalpsychologie führen wir in Österreich seit 2013 die „Evaluierung arbeitsbedingter psychischer Belastungen“ durch. Alle Mitarbeiter in Österreich beurteilen in anonymen, extern ausgewerteten Fragebögen Faktoren wie Vielseitigkeit, Ganzheitlichkeit, Handlungsspielraum, soziale Rückendeckung, qualitative und quantitative Arbeitsüberlastung oder Arbeitsunterbrechung. Ziel dieser Evaluierung ist es, mögliche Schwachstellen und Belastungen aufzuzeigen, um danach bei Bedarf konkrete Verbesserungen zu entwickeln. Der Fokus liegt dabei auf den belastenden Rahmenbedingungen eines ganzen Bereichs und nicht auf den einzelnen Mitarbeitern.

2017 haben wir weiters eine Befragung zum Thema „Psychische Belastung am Arbeitsplatz“ bei 800 Mitarbeitern durchgeführt und danach in Kurz-Workshops Maßnahmen abgeleitet, die im Sicherheits- und Gesundheitsdokument für den Arbeitsinspektor abrufbar sind. Die Allgemeine Unfallversicherungsanstalt (AUVA) hat uns im Rahmen ihrer Erhebung der psychischen Belastung am Arbeitsplatz mit dem Prädikat „Best Practice“ ausgezeichnet.

Um die Gesundheit und das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter zu stärken, bieten wir – teils auch in Kooperation mit dem Betriebsrat – an unterschiedlichen Standorten diverse Programme und Aktionen an. Neben der unmittelbaren Gesundheitsförderung setzen wir dabei auch bei unseren Mitarbeitern v. a. auf Prävention. UNIQA VitalCoaches geben Fitnesstipps, Experten halten Vorträge zur Burn-out-Vermeidung.

ATTRAKTIVER ARBEITGEBER

90 Prozent der Befragten UNIQA Mitarbeiter sagen, dass UNIQA ein attraktiver Arbeitgeber ist und dass sie noch lange für das Unternehmen arbeiten wollen.



Umfangreiche Initiativen für Mitarbeiter

Bessere interne Kommunikation dank NiQi & Co.

Ein erfolgreiches Team zeichnet sich dadurch aus, dass jedes einzelne Mitglied weiß, worin die eigene Rolle und Verantwortung besteht und welche Kompetenzen und Fähigkeiten nötig sind, um die Ziele des Teams zu erreichen. Die Aufgabe von Human Resources ist es dabei, alle Teams in der UNIQA zu unterstützen, entsprechende Angebote zur persönlichen und fachlichen Entwicklung zu liefern und in einem konstruktiven und positiven Arbeitsumfeld die Grundlagen für den Erfolg des Unternehmens zu legen. Jedes Land im UNIQA Konzern hat seine eigene HR-Organisation, die in die jeweilige Landesorganisation voll eingegliedert ist.

DIALOG UND MITEINANDER

Offener Informationsfluss und Feedbackkultur haben bei UNIQA einen hohen Stellenwert. Wir kommunizieren über digitale Medien (das Intranet NiQi und

andere Plattformen) und legen auch sehr großen Wert auf den persönlichen Dialog von Führungskräften und Mitarbeitern zum Beispiel in Mitarbeiterversammlungen, Teambesprechungen oder den jährlichen strukturierten Mitarbeitergesprächen, die im ganzen Konzern einheitlich durchgeführt werden. Insgesamt wurden 2017 über 7.400 Mitarbeitergespräche abgeschlossen. [GRI 404-3]

MITARBEITERBEFRAGUNG 2017

Im September 2017 wurde in Österreich zum ersten Mal eine neuartige Mitarbeiterbefragung durchgeführt, die nun als neuer Standard für die UNIQA Group etabliert werden soll. Sie wird 2018 in gleicher Weise in den großen Ländern von UNIQA International in der Landessprache zur Anwendung kommen. Ziel ist es, die Mitarbeiter um ihre Meinungen und Einschätzungen zu bitten, um dann mit

konkreten Aktionen zur Verbesserung von Engagement, Zufriedenheit und Motivation beitragen zu können.

Das Ergebnis am Standort Österreich war positiv und lag – bei einer sehr aussagekräftigen Beteiligungsquote von fast 72 Prozent – im Gesamtdurchschnitt über alle Fragen bei 71 von 100 maximal erreichbaren Punkten. Behandelt wurden mit jeweils mehreren einzelnen Fragen die Themenbereiche Arbeitssituation, Arbeitsabläufe, Leadership, berufliche Entwicklung, Zielorientierung, Unternehmensimage sowie Engagement der Mitarbeiter. Es gelang in der Befragung, ein sehr differenziertes Bild der Meinungen, Wünsche und Anliegen zu gewinnen. Sehr positiv ist, dass fast 90 Prozent UNIQA als attraktiven Arbeitgeber sehen und ebenso viele eine starke Loyalität zum Ausdruck bringen und noch lange bei UNIQA arbeiten wollen. Motivation, Loyalität, Zufrie-

denheit und Engagement sind also voll im grünen Bereich. Andererseits gibt es deutlichen Verbesserungsbedarf in Punkten wie der Motivationskraft des Gehaltssystems, den EDV-Systemen, dem Weiterbildungsangebot oder dem Gefühl, dass Mitarbeiter das wichtigste Kapital darstellen.

Für jedes Team mit mehr als fünf an der Befragung teilnehmenden Personen wurde ein Ergebnisbericht erstellt, das ergibt in Summe fast 450 Berichte. Alle Führungskräfte kommunizierten die Ergebnisse direkt in ihren jeweiligen Teams und besprachen gemeinsam, welche konkreten Aktionen für Verbesserungen im eigenen Bereich sie planen und im Jahr 2018 umsetzen wollen. Damit gibt es auf allen Ebenen von UNIQA entsprechende Aktionen. Die Mitarbeiterbefragung soll 2019 in gleicher Weise wiederholt werden, um Veränderungen objektiv messen zu können.

Kennzahlen Mitarbeiter 2017¹⁾

	INTERNATIONAL ²⁾	ÖSTERREICH			UNIQA GESAMT
		UNIQA HOLDING ³⁾	UNIQA ÖSTERREICH ⁴⁾	ÖSTERREICH GESAMT	
MITARBEITER GESAMT [GRI 102-8]	5.590	941	3.987	4.928	10.518
MITARBEITER NACH GESCHLECHT [GRI 405-1]					
Frauen	3.382	320	1.586	1.906	5.288
Männer	2.208	621	2.401	3.022	5.230
MITARBEITER INNENDIENST/AUSSENDIENST [GRI 405-1]					
Innendienst	3.429	940	2.052	2.992	6.421
Außendienst	2.161	1	1.935	1.936	4.097
MITARBEITER INNENDIENST/AUSSENDIENST NACH GESCHLECHT					
Weibliche Mitarbeiter im Innendienst (Vertragsabwicklung)	2.039	320	1.239	1.559	3.598
Weibliche Mitarbeiter im Außendienst	1.343	-	347	347	1.690
Männliche Mitarbeiter im Innendienst (Vertragsabwicklung)	1.390	620	813	1.433	2.823
Männliche Mitarbeiter im Außendienst	818	1	1.588	1.589	2.407
MITARBEITER NACH ALTER [GRI 405-1]					
Mitarbeiter < 30 Jahre	796			559	1.355
Mitarbeiter 30–50 Jahre	3.678			2.236	5.914
Mitarbeiter > 50 Jahre	1.116			2.133	3.249
Anteil Mitarbeiter < 30 Jahre	14,24 %			11,34 %	12,88 %
Anteil Mitarbeiter 30–50 Jahre	65,80 %			45,37 %	56,23 %
Anteil Mitarbeiter > 50 Jahre	19,96 %			43,28 %	30,89 %

	INTERNATIONAL	ÖSTERREICH	UNIQA GESAMT
MANAGEMENTPOSITIONEN NACH GESCHLECHT [GRI 405-1]			
Frauen	28 %	0 %	23 %
Männer	72 %	100 %	77 %

UNTERNEHMENSAUSTRITTE [GRI 401-1]	UNIQA GESAMT	UNTERNEHMENSEINTRITTE [GRI 401-1]	UNIQA GESAMT
Frauen	957	Frauen	873
Männer	782	Männer	639
Austritte gesamt	1.739	Eintritte gesamt	1.512
Fluktuationsrate Frauen	18,10 %	Quote der Neueintritte Frauen	16,51 %
Fluktuationsrate Männer	14,95 %	Quote der Neueintritte Männer	12,22 %
Fluktuationsrate gesamt	16,53 %		

Mitarbeiter, die in das Unternehmen eintreten (Headcounts von 1.1. bis 30.9.; alle Mitarbeiter, die eintreten; ohne Rückkehr von: Mutterschutz, Karenz, Militär- und Zivildienst, Sabbatical, Bildungskarenz; ohne Leasing)

	INTERNATIONAL	ÖSTERREICH	UNIQA GESAMT
DURCHSCHNITTLICHE KRANKENSTANDSTAGE [GRI 403-2]			
Tag/Mitarbeiter			
Gesamt	8,15	10,44	9,22
Frauen	10,48	12,02	11,04
Männer	4,58	9,44	7,39

Diversity Management und Chancengleichheit

Die Vielfalt der Teams ist eine Stärke und ein wichtiger Baustein für den Erfolg von UNIQA als internationale Gruppe. Wir fördern den Wissenstransfer und die Zusammenarbeit zwischen den Ländern, in denen wir tätig sind. Unsere Mitarbeiter können im Rahmen eines Mobilitätsprogramms grenzüberschreitend tätig werden und wertvolle internationale Berufserfahrungen durch die Übernahme von Führungs- oder Schlüsselfunktionen oder durch die Mitarbeit in internationalen Projekten sammeln.

Führungspositionen in den Ländern von UNIQA International werden grundsätzlich und überwiegend von erfahrenen lokalen Managern besetzt. Die Auswahl der Vorstandsmitglieder bzw. Geschäftsführer der Schwestergesellschaften erfolgt durch das fachlich zuständige Aufsichtsratsmitglied in Zusammenarbeit mit Group HR. Aus strategischen Gründen – vor allem bei der Umsetzung von strategisch wichtigen Projekten – werden Führungskräfte zeitlich befristet in den ausländischen Schwestergesellschaften eingesetzt.

Im Sinn der Chancengleichheit existieren bei UNIQA flexible Arbeitszeiten wie etwa Gleitzeitmodelle, die insbesondere Kollegen mit Familie den Alltag erleichtern. Aus demselben Grund fördern wir die Möglichkeit zur Telearbeit und haben im Hinblick auf die neuen Arbeitswelten ein Pilotprojekt zum mobilen Arbeiten gestartet. [GRI 405-1]

¹⁾ Die dargestellten Mitarbeiterzahlen beinhalten die Daten von folgenden Ländern: Austria, Bosnien, Bulgarien, Kroatien, Tschechien, Ungarn, Montenegro, Polen, Rumänien, Russland, Serbien, Slowakei, Ukraine (UNIQA Life/Non-Life); nicht enthalten sind: Albanien, Kosovo, Mazedonien, Schweiz, Liechtenstein.

²⁾ Bosnien, Bulgarien, Kroatien, Tschechien, Ungarn, Montenegro, Polen, Rumänien, Russland, Serbien, Slowakei, Ukraine (UNIQA Life/Non-Life); nicht enthalten sind: Albanien, Kosovo, Mazedonien, Schweiz, Liechtenstein.

³⁾ UNIQA Insurance Group AG, UNIQA Real Estate Management GmbH, UNIQA Capital Markets GmbH, UNIQA IT Services GmbH

⁴⁾ UNIQA Österreich Versicherungen AG, Versicherungsmarkt-Servicegesellschaft m. b. H., Agenta Risiko- und Finanzierungsberatung Ges.m.b.H., Real Versicherungsvermittlung GmbH

Ethik und Compliance

Klare regeln Verhaltens- für alle

Spielregeln sind nicht nur im Sport wichtig, sondern auch in Unternehmen mit mehreren Tausend Mitarbeitern.

Nicht alles, was legal ist, ist auch legitim. UNIQA verpflichtet sich daher nicht nur zur Einhaltung aller für das Unternehmen relevanten Gesetze und sonstigen rechtlichen Vorgaben, sondern auch zur Berücksichtigung grundlegender Werte und ethischer Standards. Denn hier geht es vor allem um Transparenz und saubere Geschäftspraktiken und eine angemessene Geschäftsetikette. Dazu schaffen wir Klarheit durch Verhaltensregeln für sämtliche Bereiche unserer täglichen Arbeit und unterstützen alle Mitarbeiter der UNIQA Group dabei, diese Grundsätze und Regeln in der Praxis auch tatsächlich zu leben.

Die Verantwortung für die Erstellung solcher internen Vorschriften sowie für die Umsetzung des Compliance-Programms in der gesamten Gruppe liegt bei der Abteilung „Legal & Compliance“. Zusätzlich zu dieser zentralen Einheit besteht in jeder Tochtergesellschaft der UNIQA Group und in jedem Land eine eigene lokale Compliance-Funktion.

Unseren Code of Conduct finden Sie hier:

www.uniqagroup.com/gruppe/versicherung/corporate-responsibility/compliance/code_of_conduct.html.de.html

Denk **KLARE** Spielregeln für alle.

Code of Conduct

Denk  UNIQA

CODE OF CONDUCT

Für den Vorstand, den Aufsichtsrat und alle Mitarbeiter von UNIQA gilt der Code of Conduct, der unsere Unternehmenskultur widerspiegelt und Regelungen über die wichtigsten Compliance-Themen beinhaltet. Dazu zählen etwa ethische und rechtskonforme Geschäftsgebarung, adäquate Umgangsformen, der Umgang mit Eigentum und vertraulichen Informationen, wettbewerbsgerechtes Verhalten, Interessenkonflikte und Kommunikation.

Den Schwerpunkt des Code of Conduct bilden Bestimmungen über Korruptionsvermeidung, insbesondere im Zusammenhang mit Spenden, Sponsoring, Geschenken und Einladungen. Für spezielle Compliance-Themen, zum Beispiel Geldwäscheprevention, die Umsetzung des Foreign Account Tax Compliance Act (FATCA) in Österreich, Common Reporting Standards oder Solvency II, bestehen besondere Detailvorschriften in Form von Policies, Standards und Manuals sowie konkrete Anweisungen zu ausgewählten Einzelthemen. [GRI 205-2]



Laufende Schulungen

Regelmäßig werden auch Schulungen zu diversen Compliance-Themen organisiert, an denen im Jahr 2017 mehr als 250 Mitarbeiter teilgenommen haben. Abhängig von den betroffenen Personenkreisen werden diese Schulungen teilweise als Präsenzschulungen oder in Form von E-Learning angeboten.

[GRI-205-2]



Verfahrensdatenbank und Whistleblowing

Derzeit arbeitet UNIQA an der Implementierung einer einheitlichen Verfahrensdatenbank für österreichische Gesellschaften, in der sämtliche Verfahren der UNIQA Insurance Group AG und der UNIQA Österreich Versicherungen AG aufgelistet werden sollen. Die Verfahrensdatenbank soll voraussichtlich ab 2018 zur Verfügung stehen. Zusätzlich ist eine Whistleblowing-Plattform zur Meldung von schwerwiegenden Compliance-Verstößen in Vorbereitung.

DIE EU-DATENSCHUTZ-GRUNDVERORDNUNG

Im Mai 2018 tritt die Datenschutz-Grundverordnung der EU in Kraft. Das bedeutet, dass Unternehmen noch vorsichtiger mit sensiblen Daten umgehen müssen.



EU-Datenschutz-Grundverordnung
und neue Technologien

Transparenter Umgang mit Kunden- daten

Versicherungen verarbeiten sensible Daten, die besonders zu schützen sind. Die EU-Datenschutz-Grundverordnung bringt noch strengere Vorgaben.

EU-Datenschutz-Grundverordnung

stärkt Betroffenenrechte im digitalen Zeitalter



Daten zum Mitnehmen

Kunden können Daten, die einer Organisation zur Verfügung gestellt worden sind, an andere Diensteanbieter übertragen lassen.



Mehr Transparenz

Kunden müssen erfahren können, was mit ihren Daten passiert, und es ist leichter für sie, ihre Rechte zu wahren.



Kinderschutz

Eltern müssen der Verwendung von personenbezogenen Daten von Kindern für Werbung oder für die Erstellung von Nutzerprofilen zustimmen.



Recht auf Vergessenwerden

Ausweitung des Rechts auf Löschung, indem alle Links, Repliken oder Kopien von personenbezogenen Daten auf Verlangen gelöscht werden müssen.

Kunden, deren Daten in Unternehmen verarbeitet werden, haben künftig ein Recht auf mehr Datenschutz. Mit der EU-Datenschutz-Grundverordnung, die ab 25. Mai 2018 in der gesamten EU verpflichtend anzuwenden ist, müssen auch Versicherungen in der Lage sein, Kunden Auskunft darüber zu geben, in welchen Systemen ihre Daten gespeichert und wie sie verwendet werden. „Mit der Verordnung hat die Europäische Union auf die Digitalisierung und auf Big Data reagiert. Die Verordnung macht die Verwendung von Daten für alle Kunden transparenter und ermöglicht es unter anderem, Daten auch wieder zu vergessen – wenn man möchte, dass Daten aus dem System gelöscht werden“, konstatiert Kurt Svoboda, Finanz- und Risikovorstand von UNIQA. Jeder Kunde erhält mit Inkrafttreten der Verordnung Auskunft darüber, welche personenbezogenen Daten verarbeitet werden – sofern er danach fragt. Und jeder Kunde hat auch das Recht, Daten löschen zu lassen. „Das ist natürlich nur dann möglich, wenn die Kundenbeziehung aufgehoben wurde und sich die Daten nicht mehr in der gesetzlichen Aufbewahrungsfrist befinden“, so Svoboda.

DATENSCHUTZVERORDNUNG KOSTET EUROPaweIT DREISTELLIGEN MILLIONEN-EURO-BETRAG

„Wir gehen davon aus, dass die Umsetzung der Verordnung die Unternehmen europaweit einen dreistelligen Millionen-Euro-Betrag kostet“, so Svoboda. Mit der raschen Umsetzung der Verordnung hat die IT von UNIQA eine wichtige zusätzliche Aufgabe zu lösen. Bei UNIQA sind insgesamt 300 unterschiedliche Systeme von der Verordnung betroffen. Svoboda: „Es geht ja nicht nur darum, dass man per Knopfdruck weiß, wo die Daten gespeichert sind, sondern wir müssen auch in der Lage sein, Daten zu löschen, ohne dass wir dabei das System oder Teile davon lahmlegen.“

Die Umsetzung hat höchste Priorität, denn die Strafen für den Fall, dass ein Unternehmen ab Mai 2018 die Datenschutz-Grundverordnung nicht erfüllt, sind saftig. „Bei einem Verstoß können bis zu 20 Millionen Euro oder bis zu 4 Prozent des Konzernumsatzes als Strafzahlung verhängt werden“, sagt Svoboda.

Unsere Finanzstrategie

Strenge Regeln und aktives Management von Risiken

Die Grundlage jedes Versicherungsunternehmens ist eine starke Kapitalbasis. Damit diese langfristig erhalten bleibt, dürfen Risiken nur dann eingegangen werden, wenn sie kalkulierbar sind.

„Risiken werden erhoben, dokumentiert und bewertet. Die Toprisiken erfassen wir in der sogenannten Heat Map, die wir quartalsweise intern analysieren und auch im Aufsichtsrat berichten.“

Kurt Svoboda

CFO/CRO UNIQA Group

Eine starke Kapitalbasis durch ein aktives Risikomanagement ist die elementare Basis für unser Handeln als Versicherung. Gleichzeitig trägt dies dazu bei, die Verwirklichung der Mission „sicher, besser, länger leben“ nachhaltig zu untermauern. Dabei entsprechen wir den hohen Sicherheitsanforderungen an Versicherungsunternehmen. Im Rahmen des Geschäfts sind wir jedoch laufend gefordert, im Sinn unserer Kunden und Aktionäre auch Risiken zu übernehmen. „Das bedeutet, dass wesentliche Entscheidungen immer unter Berücksichtigung ihrer Auswirkungen auf die Risikosituation des Unternehmens getroffen werden“, sagt Kurt Svoboda, CFO/CRO der UNIQA Group. Vor allem in ökonomisch herausfordernden Zeiten hat die nachhaltige und verlässliche Einhaltung unserer Leistungszusagen hier einen hohen Stellenwert.



RISIKOTRAGFÄHIGKEIT ALS MASSSTAB UND MEHRAUGENPRINZIP

In diesem Sinn sind die strategischen Ziele von UNIQA unmittelbar mit der Risikostrategie des Unternehmens verbunden. Zwei Themen sind dabei besonders wichtig:

- Um unsere langfristigen strategischen Ziele verlässlich zu erreichen, übernehmen wir Risiko bewusst nur nach Maßgabe unserer Risikotragfähigkeit.
- Unser Governance-Modell beruht auf einer transparenten Organisationsstruktur. Svoboda: „In diesem Sinn ist die Verantwortung für Risikoübernahme, Risikoüberwachung und unabhängige Überprüfung bei uns strikt getrennt.“

RISIKOMANAGEMENTPROZESS UND NACHHALTIGKEITSRISIKEN

UNIQA hat einen gruppenweit standardisierten Risikomanagementprozess implementiert, der darauf abzielt, die unternehmensrelevanten Risiken zu identifizieren, zu messen, zu aggregieren und zu steuern. Er beruht auf der UNIQA Risikomanagementrichtlinie, in der nicht nur die Mindestanforderungen an die Aufbau- und Ablauforganisation für den Risikoma-

STRENGE REGELN – KALKULIERBARES RISIKO

Eine starke Kapitalbasis ist das A und O einer funktionierenden Versicherung. Hier gilt es, das Risiko zu bewerten und geschickt zu managen.

Nachhaltige Veranlagungsstrategie

Die Kapitalveranlagung ist ein ganz zentrales Element des Versicherungsgeschäfts. Auch hier sieht sich die UNIQA Group als bedeutendes Unternehmen in allen ihren Märkten einem hohen Anspruch verpflichtet.

In den letzten Jahren ist bei vielen Unternehmen eine immer stärkere Tendenz festzustellen, im Investmentprozess auch nachhaltige Entscheidungskriterien zu berücksichtigen. Als nachhaltig wird eine Geldanlage dabei dann eingestuft, wenn sie neben wirtschaftlichen Anlagezielen auch Umwelt, Soziales und Governance mit berücksichtigt.

Die UNIQA Group berücksichtigt bisher in ihrer Veranlagung nicht explizit die Kriterien des Wirtschaftskonzepts „ESG“ (Environment Social Governance). Sehr wohl haben wir jedoch in den letzten Jahren Investments in Branchen vermieden, die typischerweise in Ausschlusslisten geführt werden. Dies ist etwa bei verbotenen bzw. verpönten Sektoren, zum Beispiel Waffen, Atomkraft oder dem Rotlichtmilieu, der Fall.

In Österreich haben besonders Mitarbeitervorsorgekassen, kirchennahe Einrichtungen, Pensionskassen und Versicherungen schon vor geraumer Zeit nachhaltige

Investmentprozesse implementiert. Größere Investmentfondsgesellschaften führen oft eigene Fondsfamilien, die anhand von nachhaltigen Kriterien verwaltet werden, manche haben sogar ihr gesamtes Fondssortiment in diese Richtung umgestellt. In Summe nehmen die Assets, die nach ethischen Kriterien veranlagt werden, stark zu.

Die Abwicklung und Verwaltung unserer Fonds erfolgt über externe Kapitalgesellschaften. [GRI 102-9]

ESG-KONFORMER INVESTMENT-ANSATZ IN VORBEREITUNG

Im Bewusstsein unserer hohen Verantwortung arbeiten wir im Rahmen der für Kapitalveranlagung verantwortlichen Tochtergesellschaft UNIQA Capital Markets GmbH nun seit 2017 intensiv an der Vorbereitung eines ESG-konformen Investmentansatzes. Nach einer Sondierung der gängigen Methoden und Prozesse sowie in Betracht kommender Berater sollen nun die erforderlichen Maßnahmen konkret ausgearbeitet werden. Wichtige nächste Schritte sind dabei neben der Auswahl eines geeigneten Beraters eine Statusanalyse des bestehenden Portfolios als Ausgangsbasis, die konkrete Entwicklung des nachhaltig ausge-

Für UNIQA ergeben sich aus diesem Projekt mehrfache Vorteile:

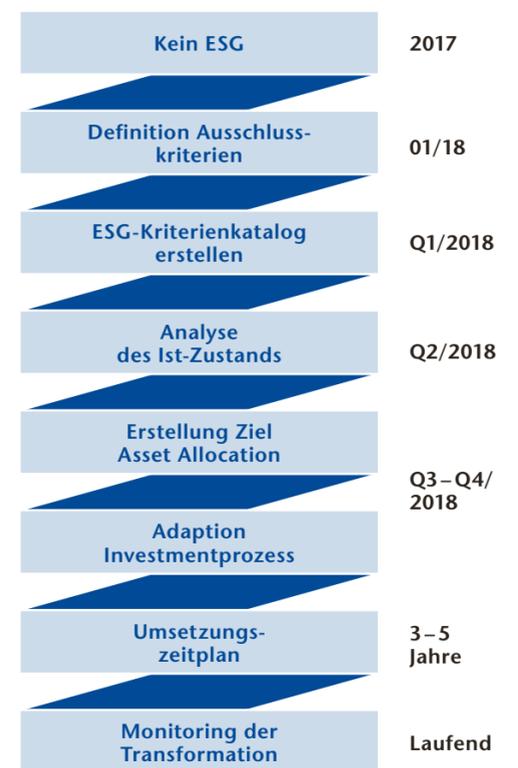
- Höhere Attraktivität für Investoren mit nachhaltigem Investmentansatz und damit besserer Zugang zu einer stark wachsenden Investorengruppe
- Verbreiterung der Informationsbasis im eigenen Investmentprozess durch laufende ESG-Analysen
- Gewinn von Kunden durch Angebot einer „ethischen Rendite“
- Positive interne und externe Berichterstattung über die Implementierung von ESG-Kriterien und ESG-Rating

richteten Anlagekonzepts sowie die Implementierung von laufendem Nachhaltigkeits-Research und -Controlling.

Generelle Vorgabe dabei: Die nachhaltige Anlagepolitik muss mit den Werten, der Geschäftsstrategie und der Positionierung von UNIQA konsistent sein. [GRI 102-15]

UNIQA wird 2018 ihr Portfolio nach ESG-Kriterien screenen und Nachhaltigkeitskriterien in den Investmentprozess aufnehmen.

Geplanter Projektablauf



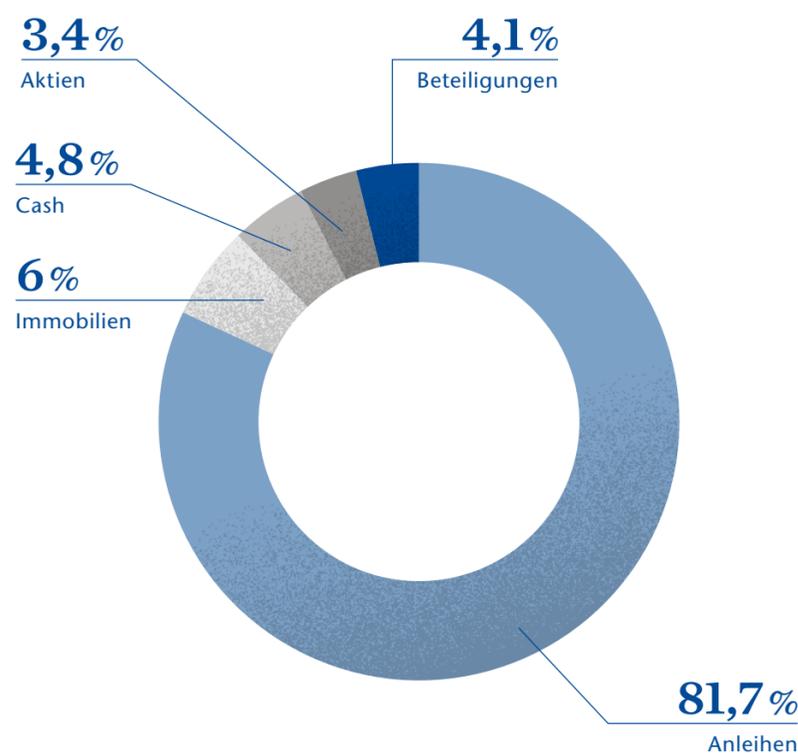
nagementprozess festgelegt sind, sondern auch der Rahmen für die spezifischen Risikomanagementprozesse pro Risikokategorie definiert wird.

Kernelement und Ausgangspunkt des Risikomanagementprozesses ist die Risikoidentifikation. „Dazu werden die Risiken im Unternehmen erhoben, dokumentiert und bewertet. Die Toprisiken werden zudem in der sogenannten Heat Map erfasst und quartalsweise an Vorstand und Aufsichtsrat berichtet“, sagt Svoboda. „Für jedes Risiko werden darüber hinaus Maßnahmen definiert, die zur Vermeidung oder Reduktion des potenziellen Schadens führen sollen.“

Die Klassifizierung der Risiken erfolgt in vier Kategorien (A, B, C, D). Als Entscheidungskriterien für die Einteilung dienen der potenzielle Schaden¹⁾ und die Eintrittswahrscheinlichkeit. Nachhaltigkeitsrisiken werden dabei aktuell nicht als eigene Risikokategorie klassifiziert, sondern den bestehenden Kategorien²⁾ zugeordnet.

Bisher haben wir bei folgenden Themen unserer Wesentlichkeitsanalyse potenzielle Nachhaltigkeitsrisiken identifiziert: „Klare Bewertung von Schäden und schnelle Hilfe“, „Umgang mit Daten und

Veranlagung nach Assetklassen



neuen Technologien“, „Kundeninformation und Finanzbildung“, „Beschwerdemanagement“, „Vermeidung kritischer Veranlagung“, „Mitarbeiterzufriedenheit“ sowie „Ethik & Compliance“.

Im Jahr 2018 wollen wir die Risikoidentifikation jedoch weiterentwickeln und künftig zusätzlich erfassen, ob ein identifiziertes Risiko auch aus dem Blickwinkel der Nachhaltigkeit von Relevanz ist. Dies ist nach unserer Definition dann der Fall, wenn ein Risiko hinsichtlich ökologischer und/oder sozialer Aspekte unserer Nachhaltigkeitsthemen besteht.

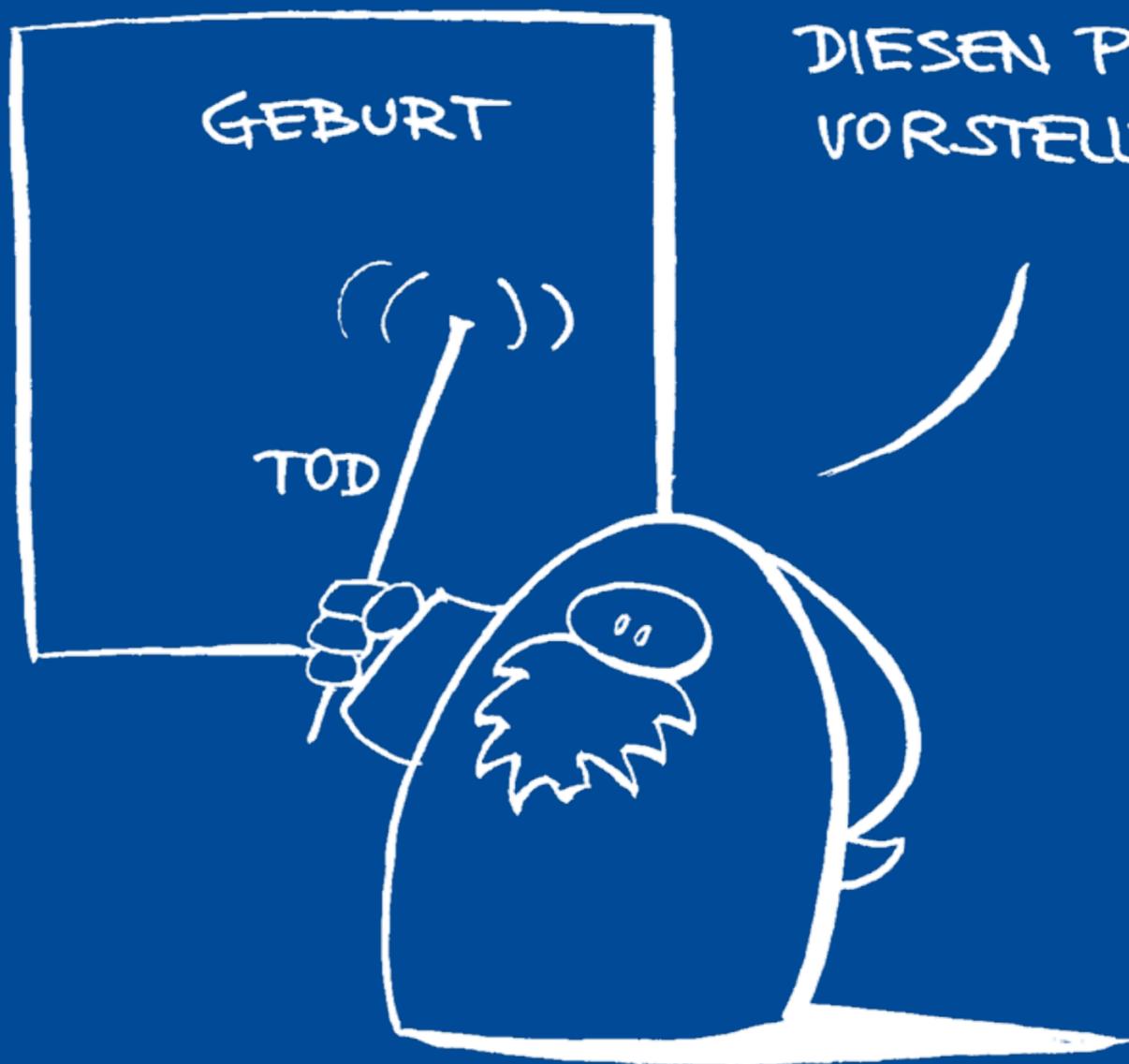
Die mit der nichtfinanziellen Berichterstattung verbundene Risikoberichterstattung ist im Risikobericht des Konzernabschlusses (Konzernanhang) enthalten. [GRI 102-11]

¹⁾ Gemessen in Prozent der sogenannten Risk Bearing Capacity (= zur Verfügung stehende Eigenmittel)

²⁾ Versicherungstechnische Risiken, Marktrisiken, Kredit- und Ausfallrisiken, Liquiditätsrisiken, Konzentrationsrisiken, strategische Risiken, Reputationsrisiken, operationale Risiken, Ansteckungsrisiken, neue („emerging“) Risiken

Denk leben

LEBEN KÖNNEN
WIR UNS IRGENDWO
ZWISCHEN
DIESEN PUNKTEN
VORSTELLEN ...



Sicher



Wir unterstützen eine selbstbestimmte Medizin Seite 25
Peter Eichler, Vorstand Personenversicherung, spricht über die Krankenversicherung.

Private Vorsorge neu gedacht Seite 28
Beide Varianten der Lebensversicherung auf dem Prüfstand und im direkten Vergleich.

Die erste Kfz-Versicherung, die Leben retten kann Seite 30
Was die Kfz-Versicherung SafeLine kann, und warum es sich lohnt, sie abzuschließen.

Unwetterbilanz 2017 Seite 32
Wie viele Unwetter 2017 über Österreich fegten, und warum es eine Unwetterwarnung gibt.

Krankenversicherung

Wir unterstützen eine selbstbestimmte Medizin

Peter Eichler, Vorstand Personenversicherung, spricht im Interview über neue Produkte und darüber, wie er die Zukunft sieht.

Laut einer aktuellen UNIQA Studie fühlen sich 70 Prozent der Österreicher gesund. Wer braucht denn dann überhaupt eine private Krankenversicherung?

All jene, die eine selbstbestimmte Medizin schätzen. Wir bieten in diesem Bereich sehr unterschiedliche Produkte an. Das reicht von kostengünstigen Tarifen, die nur die Sonderklasse im Spital nach einem Unfall zusichern, bis zu Vollkaskoprodukten, die ein Rundum-Service für jede

Lebenslage bieten. Außerdem können Versicherte mit dem ambulanten Tarif auch jene Ärzte kostenfrei kontaktieren, die in einer Privatordination ordinieren, das verkürzt Wartezeiten. Zudem übernimmt die Versicherung auch Apothekenrechnungen, Physiotherapien und die Kosten für Behandlungen bei einem Alternativmediziner. Positiver Nebeneffekt: All jene, die auf private Medizin setzen, entlasten das öffentliche System. →



„Wir werden unser Produkt Akut-Versorgt neben Wien, Niederösterreich und dem Burgenland bald auch in Salzburg anbieten können.“

Peter Eichler
Vorstand Personenversicherung

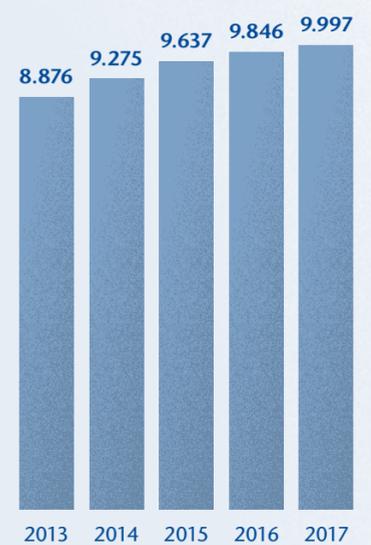


Akut-Versorgt

Seit Anfang 2017 bietet UNIQA Österreich den Zusatzservice Akut-Versorgt an. Bislang war das Produkt Kunden aus Wien, Niederösterreich und dem Burgenland vorbehalten. Nun wird Akut-Versorgt auf Salzburg ausgeweitet. Ab 1. März 2018 können UNIQA Österreich Kunden, die bereits eine private Krankenversicherung abgeschlossen haben, diesen Zusatzservice abschließen. Akut-Versorgt garantiert medizinische Erstversorgung bei akuten Beschwerden. Wer den Service in Anspruch nimmt, bekommt in der Nacht und am Wochenende ärztliche Hilfe ohne Wartezeiten in der Privatklinik Wehrle-Diakonissen in Salzburg. Der Baustein kostet 5,86 Euro pro Monat.

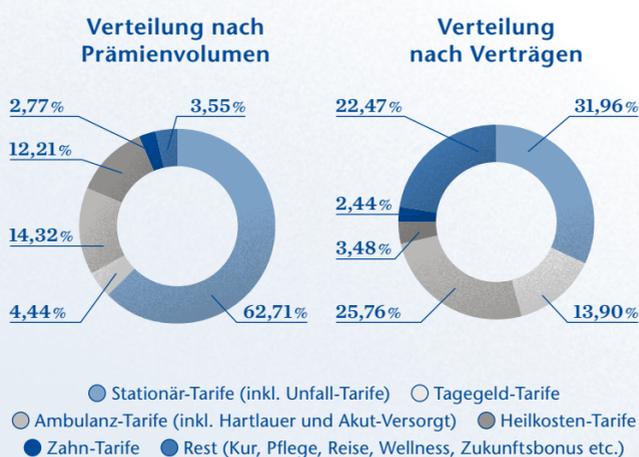
Wahlärzte nehmen zu

(Österreich/Stand: jeweils Dezember)



Quelle: Österreichische Ärztekammer

UNIQA Krankenversicherung



Sie haben 2016 das neue Produkt Akut-Versorgt auf den Markt gebracht. Warum sollten Privatversicherte diesen Zusatz abschließen, wenn sie doch sowieso die beste medizinische Betreuung erhalten?

Weil man oft außerhalb der normalen Öffnungszeiten von Ärzten einen Mediziner braucht. Mit Akut-Versorgt sichern sich Menschen eine ambulante Behandlung in der Privatklinik Döbling. Dort können sie bei Erkrankungen oder Verletzungen, die nicht lebensbedrohlich sind, rasch den Rat eines Arztes in Anspruch nehmen. In einem ersten Schritt bieten wir das Produkt für Kunden in Wien, Niederösterreich und dem Burgenland an. In einem zweiten Schritt wollen wir es auf Salzburg ausweiten. Wir hoffen aber, in noch mehr Bundesländern die Infrastruktur schaffen zu können, damit wir das Produkt anbieten können.

Sie sind seit Mitte 2016 nicht mehr nur in Österreich für die Krankenversicherung verantwortlich, sondern auch in der UNIQA International. Wie unterscheiden sich die beiden Kernmärkte voneinander?

In Österreich haben wir eine sehr gute Infrastruktur mit vielen öffentlichen und

vielen privaten Kliniken, und das Einkommensniveau ist deutlich höher als in vielen osteuropäischen Ländern. In CEE ist die Struktur der privaten Krankenversicherung sehr unterschiedlich. Es gibt Länder, in denen es an privaten Kliniken mangelt. In anderen ist die Infrastruktur generell schlecht. Und natürlich ist auch das niedrige Einkommen in vielen CEE-Ländern dafür ausschlaggebend, dass die private Krankenversicherung noch nicht den Stellenwert hat, den sie in Österreich einnimmt.

Was CEE und Österreich in der Krankenversicherung gemeinsam haben, sind Gesundheitstrucks, mit denen die Fitness und Gesundheit von Menschen praktisch vor Ort überprüft werden kann. 2017 hat UNIQA Österreich den alten Gesundheitstruck gegen zwei Gesundheitsboxen getauscht. Was ist der Vorteil?

Die Vorteile liegen auf der Hand: technische Geräte auf dem neuesten Stand, mehr Platzangebot mit bis zu 70 Quadratmetern und ein individuelleres Angebot für Kunden. Mit dem UNIQA Mobile HealthCheck können jetzt drei unterschiedliche Programme angeboten werden: Das UNIQA FitnessProfil, der Rücken Check sowie ein Vorsorge Check. Die Gesund-

Wegen der niedrigen Einkommen in vielen CEE-Ländern hat die private Krankenversicherung dort noch nicht den Stellenwert, den sie in Österreich hat.

heitsboxen können vor allem von Firmen gemietet werden, um ihren Mitarbeitern einen Check im Rahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung anzubieten. Eine eigene Stromversorgung, Klimaanlage, Tageslicht und Fußbodenheizung garantieren den Testpersonen eine angenehme und komfortable Atmosphäre. Außerdem bietet der neue UNIQA Mobile HealthCheck einen barrierefreien Zugang. Mit an Bord sind bis zu 18 Personen: Ein professionelles Team aus Ärzten, UNIQA VitalCoaches und Assistenten führt die Checks durch und berät über Gesundheitsvorsorge und Lebensstil.

Wie oft wurde der Gesundheitstruck schon genutzt? Wie viele Gesundheitsprofile wurden bereits erstellt?

Wir haben, seit es den Truck gibt, bereits die Gesundheit von rund 60.000 Menschen unter die Lupe genommen.

Gibt es für fittere Kunden Vorteile bei der privaten Krankenversicherung?

Ja, wir bieten einen Tarif an, bei dem Kunden, die sich einem freiwilligen Fitnesstest unterziehen, bis zu zwei Monatsprämien zurückbekommen. Der Tarif ist sehr beliebt, weil er zudem auch sechs VitalCoach-Einheiten zu je einer Stunde inkludiert.

Was tut sich auf der Produktentwicklungsseite? Gibt es neue Produkte im Markt?

Ja, wir haben etwa zum Jahreswechsel eine neue fondsgebundene Lebensversicherung lanciert. Wir haben die Versicherung an des neue Regulierungsumfeld angepasst. Gerade im Finanzsektor gibt es eine wahre Regulierungsflut, zum Beispiel in puncto Transparenz gegenüber dem Kunden. Stichwort: Datenschutz-Grundverordnung.

DAS GEWISSE „EXTRA“

Viele Produkte bieten neben dem Risikoausgleich einen Zusatznutzen, weil sie die Gesellschaft gesünder oder sicherer machen.

Sozialer und ökologischer Impact

Leistungen mit Mehrwert

Die Themen „Gesundheit“, „Sicherheit“ und „Nachhaltige Entwicklung der Gesellschaft“ sind mit dem Kerngeschäft von UNIQA eng verbunden. Deshalb ist es uns ein wichtiges Anliegen soziale, ökologische Themen auch bei unseren Produkten zu berücksichtigen. Dabei geht es uns vor allem darum, die Gesellschaft stets im Auge zu behalten und unsere Kunden mit Produkten zu motivieren, die Welt ein Stück weit besser zu machen. Als nachhaltig betrachten wir dabei jene Produkte und Dienstleistungen, die ökologische und soziale Aspekte in besonderem Maß berücksichtigen und integrieren.

Ein Beispiel dafür ist etwa unser Produkt in der privaten Krankenversicherung mit dem Tarif „Sonderklasse Select PLUS Optimal“, bei dem sich fit sein für jeden lohnt. Wer sich einem Fitnesstest unterzieht, wird pro Jahr mit bis zu 200 Euro Prämienersparnis belohnt. Oder der Kfz-Telematiktarif SafeLine, bei dem Kunden, die beim Autofahren auf das Smartphone verzichten bis zu 50 Prozent der Netto-Jahresprämie einsparen können. Aber auch die Unwetterwarnung, die UNIQA Österreich mit dem Partner UBIMET verschickt, um Kunden vor starken Wetterereignissen wie Hagel, Sturm oder Starkregen zu warnen.

Dies bedeutet in Bezug auf die ökologische Nachhaltigkeit im Wesentlichen die Einsparung von Ressourcen, Energie und CO₂. Die soziale Komponente wiederum

erfüllen Dienstleistungen und Produkte, die einen sozialen Mehrwert generieren oder die Gesundheit und einen nachhaltigen Lebensstil fördern, sowie Maßnahmen in Richtung Prävention. In diese Kategorie fällt unser Kerngeschäft aber auch ganz generell – die Absicherung von Schäden, die ansonsten existenzielle und soziale Auswirkungen auf viele Menschen haben würden. Ein wichtiger Aspekt ist auch

die Einbeziehung und Förderung von regionalen Besonderheiten.

Wesentliche Teile der Produktpalette von UNIQA, insbesondere Kranken- und Unfallversicherungen, entsprechen dem international etablierten nachhaltigen Wirtschaftskonzept „ESG“ (Environment Social Governance). In unserer Dienstleistungspunkten wir hier besonders bei der Kom-

ponente „S“ (Social). Nähere Informationen zu diesem Konzept finden Sie hier: www.nachhaltig-investieren.org/esg-environmental-and-social-governance.php [GRI 417-1]

INNOVATION IM BEREICH GESUNDHEIT

Mit Blick auf die Trends und Herausforderungen im Bereich der privaten Krankenversicherung wird sich die UNIQA Group im Sinn ihrer Vision „sicher, besser, länger leben“ breiter auf dem Gesundheitsmarkt positionieren. Langfristiges Ziel ist es dabei, der beste Gesundheitsdienstleister im österreichischen Gesundheitsmarkt zu bleiben. Mit einem Marktanteil von rund 46 Prozent ist UNIQA in Österreich bereits Marktführer. Neben dem hohen Qualitätsanspruch von UNIQA wird Innovation dabei eine zentrale Rolle spielen.

Generell gilt: UNIQA möchte sowohl Kunden als auch Nichtkunden durch Produkte, Sponsoring-Maßnahmen und Informationsveranstaltungen motivieren, gesünder zu leben. Diesem Anliegen dienen individualisierte Präventionsangebote ebenso wie nachhaltige Versorgungsstrukturen im Akutfall, basierend auf einem starken Ärztenetzwerk und einer zielgerichteten, effizienten und qualitativ hochwertigen zeitnahen Behandlung, österreichweit und rund um die Uhr.



Bei der Produktentwicklung ist es uns wichtig, soziale und ökologische Themen zu berücksichtigen.

Soziale Krankenversicherung auf dem Prüfstand

Wir werden immer älter. Das ist natürlich erfreulich – aber was bedeutet es für das österreichische Gesundheitssystem? Ab dem 40. Lebensjahr steigen die Kosten für unsere Gesundheit. Bis wir 39 Jahre alt sind, kostet die medizinische Betreuung im Durchschnitt 1.800 Euro pro Jahr. Für Menschen zwischen 50 und 59 Jahren sind die Ausgaben schon doppelt so hoch, bis zum 75. Lebensjahr verfünffachen sie sich. Ist ein Mensch über 90 Jahre alt, müssen im Schnitt 27.000 Euro pro Jahr für seine Gesundheit aufgewendet werden.

Überraschend ist das natürlich nicht. Aber wie gesagt, wir werden immer älter. 2014 waren 8,1 Prozent der österreichischen Bevölkerung 75 oder älter. Bis 2020 wird der Anteil der über 75-Jährigen auf 9,4 Prozent steigen, und bis 2060 wird er sich auf 16,6 Prozent mehr als verdoppeln.

Der demografische Wandel führt dazu, dass die Gesundheitsausgaben bis 2030 auf 11,2 Prozent der Wirtschaftsleis-

tung ansteigen und bis 2060 um weitere 3,2 Prozentpunkte auf 13,4 zunehmen.

Bis 2060 wird die Lebenserwartung für Frauen um 6,5 Jahre auf 90,2 und jene für Männer um 7,9 Jahre auf 86,7 steigen. Wir werden dabei natürlich auch mehr gesunde Lebensjahre erleben. Werden zusätzliche gesunde Lebensjahre berücksichtigt, erhöhen sich die Gesundheitsausgaben bis 2060 um 2,1 Prozentpunkte auf 12,3 Prozent des Bruttoinlandsprodukts.

Gesundheitsausgaben nehmen aber mit steigendem Pro-Kopf-Einkommen auch einen höheren Anteil der Haushaltsausgaben ein. Wird auch dieser Effekt berücksichtigt, werden die Gesundheitsausgaben bis 2060 um 4 Prozentpunkte auf 14,2 Prozent der Wirtschaftsleistung steigen.

Man kann es drehen, wie man will: Je nachdem, welche Effekte man berücksichtigt oder kombiniert, werden die Gesundheitsausgaben bis 2060 von momentan 10,2 auf mindestens 12,3 Prozent der

gesamten österreichischen Wirtschaftsleistung steigen, es könnten sogar bis zu 4 Prozentpunkte sein. Das wären dann in heutigen Preisen 26,9 Milliarden Euro.

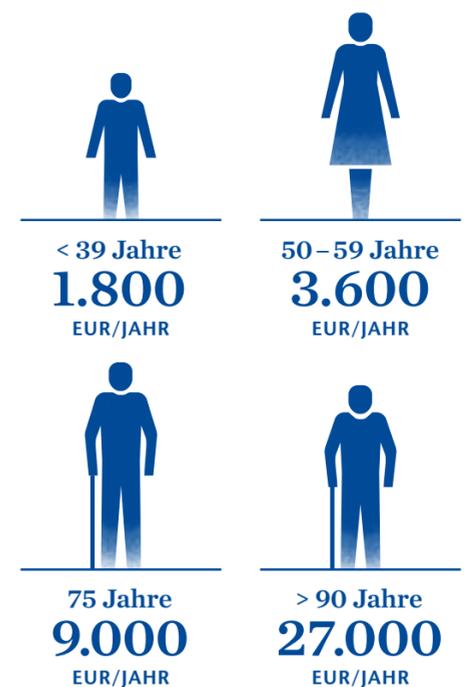
Übrigens: 2015 hat die öffentliche Hand rund drei Viertel der Gesundheitskosten übernommen. Weniger als 5 Prozent der Gesundheitsversorgung entfielen auf private Krankenversicherungen. Und 18 Prozent haben die Österreicher direkt aus der eigenen Tasche bezahlt, während in Schweden 15 Prozent, in Deutschland 12,5 Prozent und in den Niederlanden sogar nur 12 Prozent aus der Geldbörse der Betroffenen gezahlt werden mussten.

Kann der österreichische Staat die zusätzlichen Gesundheitsausgaben in der Zukunft nicht mehr stemmen, dann könnten die privaten Ausgaben von 25 Prozent langfristig auf rund 40 Prozent der gesamten Gesundheitsausgaben ansteigen.

Quelle: Statistik Austria

Gesundheitsausgaben pro Kopf

Quelle: Statistik Austria

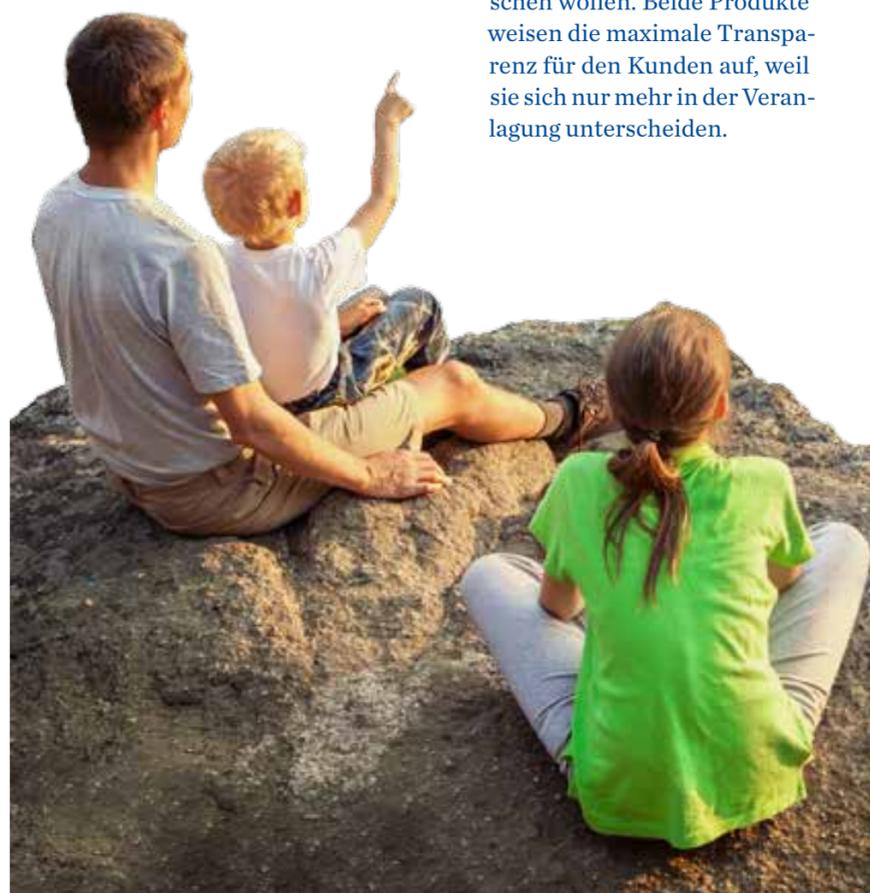


Lebensversicherung

Private Vorsorge neu gedacht

Im Dezember 2014 revolutionierte UNIQA Österreich in einem ersten Schritt die klassische Lebensversicherung, jetzt folgt die fondsgebundene. UNIQA Österreich hat beide Produkte völlig neu positioniert, die Abschlusskosten drastisch gesenkt und das Produkt insgesamt viel flexibler gemacht. Die Vorteile liegen nicht nur in der neuen Beweglichkeit des Produkts – bei beiden Versicherungen sind Entnahmen und Zuzahlungen während der Laufzeit möglich, ohne dass zusätzliche Kosten anfallen –, sondern auch bei den Kosten, die bei beiden Produkten von einer wie bisher üblichen kopflastigen, also bei Versicherungsabschluss fälligen, Provision auf eine laufende umgestellt wurden. Das spüren die Kunden vor allem darin, dass jetzt ein größerer Teil der Prämie direkt in die Veranlagung geht. Der Zinseszinsseffekt tut dann das Übrige, und der Kunde kann so auf lange Sicht höhere Gewinne generieren. Dieser Effekt ergibt sich dadurch, dass von der einbezahlten Prämie, zum Beispiel 100 Euro, nur die 4-prozentige Versicherungssteuer und die Abschlusskosten abgezogen werden. Während bei alten Vorsorgeprodukten die Kosten kopflastig verrechnet wurden, werden die Kosten bei Lebensversicherungsprodukten von UNIQA Österreich jetzt laufend abgerechnet. Zudem werden von der neuen fondsgebundenen Versicherung die Verwaltungskosten vom Depot verrechnet, und es gibt auch keinen Unterjährigkeitszuschlag. Die neue fondsgebundene Lebensversicherung bietet zwei verschiedene Veranlagungsmodelle: Entweder der Kunde entscheidet sich für eines der vier von UNIQA Capital Markets gemanagten Portfolios, oder man wählt selbst Fonds aus der dafür vorgesehenen Fondspalette und betreibt eigenständiges Fondspicking. Dabei können Kunden nicht nur Fonds der Raiffeisen KAG wählen, sondern auch solche von den renommiertesten Geldhäusern, wie etwa Franklin Templeton, BlackRock, Fidelity, Invesco, Carmignac oder IShares. Kunden, die nicht so sattelfest sind, können auf Experten aus dem eigenen Haus vertrauen, die über 20 Milliarden Euro für UNIQA verwalten und auf mehr als zehnjährige Erfahrung zurückgreifen. Mit dem neuen Produkt will UNIQA Österreich Kunden ansprechen, die noch jung sind und daher Risiko besser tragen können, aber auch eine Alternative für Kunden bieten, die ihrem Portfolio eine etwas risikoreichere, aber dafür chancen-

reichere Veranlagung beimischen wollen. Beide Produkte weisen die maximale Transparenz für den Kunden auf, weil sie sich nur mehr in der Veranlagung unterscheiden.



Im Vergleich:

Klassisch versus fondsgebunden

Während sich die klassische Lebensversicherung an ein Publikum richtet, für das Sicherheit den höchsten Stellenwert hat, bietet die fondsgebundene Lebensversicherung Gelegenheit, an einer höheren Rendite zu partizipieren. Im nachstehenden Vergleich stehen beide Produkte auf dem Prüfstand und treten gegeneinander an.

Klassische Lebensversicherung

vs.

Fondsgebundene Lebensversicherung

Sicherer Hafen: Veranlagung im Deckungsstock

Die Veranlagung erfolgt bei der klassischen Lebensversicherung in einem Deckungsstock, in dem nicht nur in Anleihen und Aktien, sondern auch in Immobilien investiert wird.

Verzinsung

Die Verzinsung hängt von der Rendite ab, die im Deckungsstock erzielt wird. In der Regel liegt sie im niedrigen einstelligen Prozentbereich.

Kosten

Die Kosten werden laufend verrechnet und „atmen“ mit dem Zinsniveau mit. Steigt die Rendite, steigen auch die Kosten, fällt sie niedriger aus, sinken sie. Das ist gut für die Kunden und für die Versicherung.

Risiko

Das Risiko ist begrenzt. Im schlimmsten Fall erhält der Kunde das Kapital zurück, das er einbezahlt hat. Das entspricht einer Null-Prozent-Garantie.

Garantie

Garantie auf die Nettoprämie. Entspricht einer Null-Zins-Garantie.

Gemanagt oder Fondspicking

Der Kunde kann zwischen gemanagten Portfolios und Einzelfonds wählen. Hier stehen rund 35 Fonds von renommierten Kapitalanlagegesellschaften zur Verfügung.

Flexible Rendite

Die Rendite ist von der Performance der gewählten Veranlagung und der Risikobereitschaft des Kunden abhängig. Je besser die gewählten Fonds performen, umso höher fällt die Rendite aus.

Kosten laufen mit

Die Verteilung der Kosten erfolgt über die gesamte Vertragslaufzeit. Die Kosten „atmen“ mit der Entwicklung des Depotwerts mit.

Risiko

Das Risiko ist von der gewählten Veranlagung abhängig. Der Kunde trägt das Risiko selbst. Je geringer das gewählte Risiko ist, desto geringer ist auch die Volatilität der Veranlagung.

Garantie

Keine Garantieveranlagung möglich.

Denk
wo soll's
hingehen?



Denk



Schaden- und Unfallversicherung

Die erste Kfz-Versicherung, die Leben retten kann

Ein Produkt von UNIQA Österreich, das die Vorteile der Digitalisierung anschaulich demonstriert, ist der Kfz-Telematiktarif SafeLine. Diese Kfz-Versicherung punktet durch dreifache Sicherheit und kann Leben retten. Lesen Sie hier, wie das geht.

Bei SafeLine werden im versicherten Auto eine zigaretten große GPS-Box und ein Notfallknopf angebracht. „Mithilfe dieses Geräts kann im Fall eines Unfalls nicht nur punktgenau Hilfe an den Unfallort gebracht werden, sondern es liefert dem Kunden auch zahlreiche zusätzliche Features, die weit über ‚normales Versichern‘ hinausgehen“, sagt Andreas Kößl, Vorstand Sachversicherung.



APP MACHT AUTOFAHREN SICHERER

Herzstück des innovativen Produkts, das es bereits seit 2008 gibt, ist freilich nach wie vor die Sicherheit. Kößl: „Wir haben SafeLine aber kontinuierlich weiterentwickelt. Für Kunden, die ihren Vertrag ab 2016 abgeschlossen haben, gibt es zusätzlich eine App, die spürbar macht, was mit Digitalisierung alles möglich ist.“ Mit der App können Kunden etwa zu jeder Zeit die Position ihres Autos finden, ihr automatisches Fahrtenbuch einsehen oder in Echtzeit die bisher erzielte Prämienersparnis abrufen. Eine Prämienersparnis kommt dabei all jenen Kunden zugute, die während des Autofahrens auf ihr Mobiltelefon verzichten. Das macht die Fahrt generell sicherer, denn für an die 30 Prozent aller Unfälle ist Ablenkung durch das Smartphone die Unfallursache. „Wir belohnen deswegen Kunden, die beim Lenken ihres Autos auf ihr Handy verzichten, mit bis zu 50 Prozent Prämienvorteil“, erklärt Kößl und betont: „Neben all den Sicherheitsvorteilen motiviert das Produkt durch die Ersparnis zu mehr Aufmerksamkeit beim Autofahren und hilft damit generell, die Gesellschaft ein Stück weit besser zu machen.“

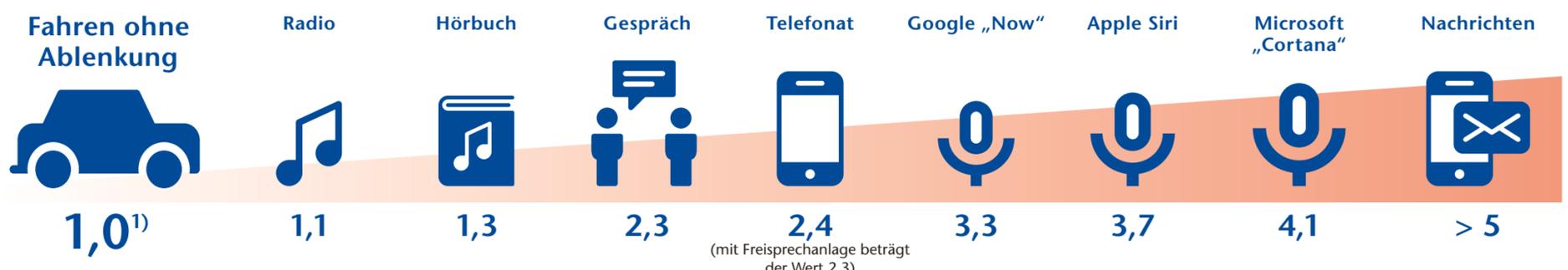
„Auf unsere Unternehmensleitlinie ‚sicher, besser, länger leben‘ zahlt vor allem der Kfz-Telematiktarif SafeLine ein. Er macht Autofahren sicherer, hilft Leben zu retten und gestohlene Autos wiederzufinden. All das macht unser Motto auch für unsere Kunden spürbar.“

Andreas Kößl
Vorstand Sachversicherung

Zusätzlich sammeln Kunden für jeden Kilometer, den sie ohne Benützung des Handys zurücklegen, Bonuspunkte. Diese können über die App gegen eine Reihe von Goodies eingelöst werden, so etwa Reise- und Autoservice-Gutscheine, einen Kaffee oder eine Spende an „Licht für die Welt“.

Die App ermöglicht es Kunden zudem überall dort, wo sie ihr Handy bei sich haben, einen Notfallalarm abzusetzen. Damit wird auch bei Freizeitunfällen, zum Beispiel bei Fahrradfahrten oder Wandertouren, punktgenaue Hilfe gewährleistet. Partner dafür ist die Einsatzzentrale des ÖAMTC, bei der die Notfallmeldung eingeht und die die Einsatzkräfte verständigt.

Ablenkung ist Unfallursache Nummer 1



¹⁾ Das ist der Ausgangswert für ganz „normales“ Autofahren. Durch verschiedene Ablenkungen erhöht sich das Unfallrisiko auf die angegebenen Werte.

35.000 ZUFRIEDENE KUNDEN

SafeLine ist eine Kfz-Telematikversicherung, die automatisch Hilfe an den Unfallort holt und so in der Lage ist, Leben zu retten.

Neuer SafeLine-Tarif für junge Fahrer: Handy nicht benutzen und Discofahrten reduzieren

Speziell für junge Lenker ist die Kfz-Versicherungsprämie in der Regel kein Schnäppchen. Das höhere Unfallrisiko der Jugendlichen verteuert die Prämie und trifft somit auch jene jungen Fahrer, die eigentlich sicher unterwegs sind. Kößl: „Wir wollen nicht mehr alle jungen Autofahrer generell als hohes Versicherungsrisiko einstufen. Wer sicher fährt, wird mit unserem neuen Tarif dafür belohnt.“ Deswegen erhalten junge Kunden bis 25 Jahre einen weiteren Bonus: Wenn sie in der Nacht von Freitag auf Samstag oder Samstag auf Sonntag ihr Auto stehen lassen, bekommen Sie pro Tag zehn Freikilometer. Damit will UNIQA vor allem das Problem der sogenannten Discofahrten aufgreifen. Jeder vierte Verkehrstote in Österreich ist unter 24 Jahre jung, und bei einem Viertel aller Unfälle in dieser Altersklasse spielt Alkohol am Steuer eine entscheidende Rolle. „Dieser Bonus ist ein reines Angebot“, so Kößl. „Wir hoffen, damit die Entscheidung für öffentliche Verkehrsmittel oder Fahrtensdienste zu erleichtern und unsere Kunden für das Thema zu sensibilisieren.“ Als Nachtfahrt gilt dabei die Nutzung des eigenen Kfz zwischen 22 Uhr abends und 6 Uhr früh.

DEUTLICHES WACHSTUMSPOTENZIAL

Aktuell setzen bei UNIQA Österreich rund 35.000 Kunden auf SafeLine. Mit 33,6 Prozent leben die meisten von ihnen in Wien, gefolgt von Niederösterreich (14,4 Prozent) und Oberösterreich (11,3 Prozent). Das sind aktuell rund 8 Prozent der UNIQA Privatkunden mit Kfz-Haftpflichtversicherungen. Geht es nach der von Deloitte durchgeführten European Motor Insurance Study 2016, könnte der Anteil jener Menschen in Europa, die auf digital gestützte Kfz-Versicherungsverträge zurückgreifen, bis zum Jahr 2020 auf 17 Prozent ansteigen.

WENIGER UNFÄLLE – WENIGER SCHÄDEN – BESSERE ERGEBNISSE

UNIQA SafeLine Kunden haben generell eine geringere Schadenfrequenz und einen besseren Schadenverlauf. Für einen Telematiktarif entscheiden sich nämlich häufiger risikobewusste Autofahrer. Zudem können durch die rasche und punktgenaue Hilfe Unfallfolgen, vor allem bei Personenschäden, verringert werden.

Im Vorstandsressort Sachversicherung – es umfasst alle Produktbereiche für Privat- sowie Firmen- und Industriekunden – hat sich die Kfz-Haftpflichtversicherung 2017 generell sehr gut und rentabel entwickelt. UNIQA Österreich hat in diesem Segment rund 15 Prozent Profit erwirtschaftet. Weniger gut läuft es allerdings für die Kfz-Kaskoversicherung. Kößl: „Hier bewegen wir uns an der Nulllinie. Grund dafür ist, dass Ersatzteile und Reparaturen wegen vieler technischer Raffinessen heute teurer sind, als dies noch vor einigen Jahren der Fall war.“ Innerhalb der gesamten Sparte Sachversicherung macht der Kfz-Anteil rund 5 Prozent aus.

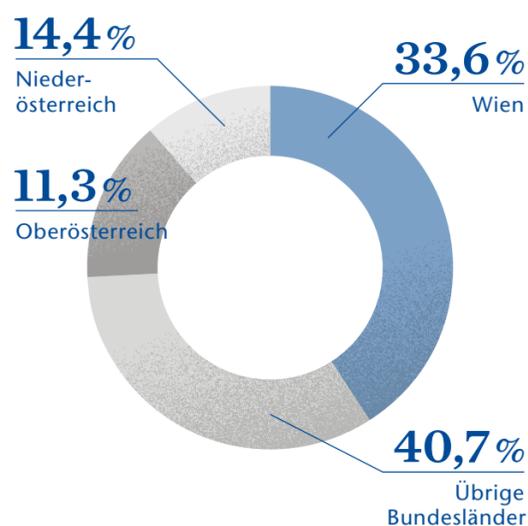
Auch in den Haushalten und Eigenheimen zieht immer mehr Technik und Technologie ein. Für UNIQA entsteht dadurch die Chance, neue digitale Produktlösungen rund um den Bereich „Smart Home“ auf den Markt zu bringen. In der Schadenabwicklung bringt dies aber auch Herausforderungen – denn es gilt, auf steigende Reparaturkosten und den zunehmenden Bedarf an digitalen Schadenservices eine Antwort zu finden.

UMFASSENDES ONLINE-ANGEBOT

Neben Produkten, die die Vorteile der Digitalisierung für den Kunden erlebbar machen, baut UNIQA Österreich auch das Angebot im Internet kontinuierlich aus. Ab 2018 wird es die Möglichkeit geben, das Produkt SafeLine auf www.uniqa.at online zu kalkulieren und auch gleich Polizzen abzuschließen. Insgesamt bietet UNIQA Österreich aktuell für elf Produkte die Möglichkeit eines Online-Abschlusses, für drei Produkte kann man auch die Prämie online kalkulieren.

35.000 Kunden vertrauen bereits auf SafeLine

Stand: Jänner 2018



Harald Trautsch
CEO Dolphin Technologies und Beiratsmitglied der UNIQA STIFTUNG

Diese drei Maßnahmen verbessern unsere Mobilität

Wenn man sich die nackten Zahlen ansieht, haben wir großes Verbesserungspotenzial beim Individualverkehr: Das durchschnittliche Fahrzeug ist 96 Prozent seiner Lebenszeit geparkt. Allein in Wien nehmen die Fahrbahnen mehr als 10 Prozent der bebauten Fläche ein. Verkehrsunfälle sind die häufigste Todesursache für junge Menschen im Alter zwischen fünf und 29 Jahren. Und mehr als 90 Prozent der Unfälle passieren durch menschliche Fehler, hauptsächlich durch Handynutzung am Steuer (28 Prozent) und überhöhte Geschwindigkeit (22 Prozent). Was können wir also tun, um unsere Mobilität zu verbessern?

- ① **Wir können die Anzahl der Fahrzeuge reduzieren, ohne auf den Individualverkehr zu verzichten, indem wir alternative Mobilitätsformen wie Ride- und Carsharing nutzen, auf öffentliche Verkehrsmittel umsteigen und uns etwas mehr mit eigener Muskelkraft bewegen.**
- ② **Durch (teil-)autonomes Fahren und eine geringere Fahrzeugdichte wird der Verkehrsfluss optimiert. Dadurch verkürzt sich die Fahrtdauer, und wir gewinnen wertvolle persönliche bzw. produktive Zeit.**
- ③ **Durch einen besseren Verkehrsfluss wiederum können wir bei einer höheren Durchschnittsgeschwindigkeit die Höchstgeschwindigkeit – vor allem im urbanen Raum – senken. In Kombination mit verbesserten Fahrerassistenzsystemen reduzieren wir dadurch sowohl die Anzahl als auch die Schwere der Verkehrsunfälle.**

Auf dem Weg dorthin gibt es eine Vielzahl von Dingen, die uns diesen Zielen näherbringen: Wir können aufklären und gutes Fahrverhalten belohnen. Wir können vor Gefahren im Vorfeld warnen und bei Unfällen sofort zur Stelle sein. Wir können informieren, welche Mobilitätsform ideal wäre, um schnell, günstig und komfortabel zum Zielort zu gelangen. Wir können, und wir tun!

Erfolgsbilanz: SafeLine 2008–2017

35.000
aktive SafeLine Kunden¹⁾

4 Mrd.
gefahrte Kilometer



3.000
Unfällen



200
Diebstählen



4.000
Notfällen

¹⁾ ca. 10 Prozent der Pkw-Kunden

Rasche Hilfe bei

Aktive Schadenprävention

Unwetterbilanz 2017

77 Millionen Unwetterwarnungen hat UNIQA Österreich gemeinsam mit dem Partner UBIMET seit 2004 verschickt. Eine interne Auswertung zeigt jetzt, dass 2017 das schlimmste Unwetterjahr seit 2010 war. Hagel hat mit Abstand die meisten Schäden verursacht.

2017 ist das stärkste Unwetterjahr
seit acht Jahren



Im Juli und August gibt es die
meisten Unwetter



Mit Schäden in Höhe von mehr als 100 Millionen Euro ist das Jahr 2017 das schwerste Unwetterjahr seit 2010. Wie intensiv 2017 hinsichtlich der extremen Wettersituationen war, zeigt sich auch bei den Unwetterwarnungen, die der Partner UBIMET im Fall eines Unwetters an UNIQA Stammkunden verschickt. Gegenüber dem Vorjahr waren es um rund 75 Prozent mehr als im Vergleichszeitraum. Michael Fassnauer, CEO UBIMET: „Was wir deutlich sehen, ist, dass es 2017 wesentlich häufiger zu Unwettern kam als in den vergangenen fünf Jahren.“ In die gleiche Kerbe schlägt auch Kurt Svoboda, CEO UNIQA Österreich: „Wir haben Kunden 2017 deutlich öfter geholfen, Schäden aufgrund von Wetterkapriolen wieder zu reparieren, als etwa im Jahr davor.“ Gemessen am Durchschnitt der vergangenen acht Jahre haben Unwetter 2017 um 33 Millionen Euro mehr Schäden verursacht (siehe Grafik). „Das spüren nicht nur unsere Kunden, sondern auch wir in der Bilanz, wenn die Schadenleistungen unüblich hoch ausfallen. Ich gehe davon aus, dass wir uns auch künftig auf höhere Leistungen aufgrund von Unwettern einstellen müssen“, sagt Svoboda. Gemessen an den verschiedenen Unwetterarten hat Hagel mit Abstand die meisten Schäden bei Kunden von UNIQA Österreich verursacht, danach folgten Sturm- und Hochwasserschäden. „Die schlimmsten Schäden verursachte übrigens jener Hagel, der am 10. Juli 2017 in Wien, Niederösterreich und dem Burgenland zahlreiche Autos und Häuser beschädigte. Insgesamt belief sich die Schadenbilanz an diesem Tag auf knapp 18 Millionen Euro“, so Svoboda. Von den insgesamt 12,27 Millionen Warnmeldungen, die UBIMET 2017 an UNIQA Stammkunden verschickte, entfielen mehr als 70 Prozent auf Gewitter/Blitz, über 10 Prozent auf Starkregen, je rund 6 Prozent auf Starkschneefall und Sturm/Hagel und fast 5 Prozent auf Glatteisregen.

Im Bundesländervergleich mussten die Menschen in der Steiermark am öftesten sich selbst und ihr Hab und Gut in Sicherheit bringen. Die meisten Unwetterschäden misst UNIQA Österreich im Juli und August sowie im Oktober (siehe Grafik). Svoboda: „In diesen Unwettermonaten gibt es im Schnitt zehnmal so viele Schäden wie in allen anderen Monaten des Jahres.“ Im Monatsvergleich gab es im Juli 2017 mit knapp 35 Millionen Euro die höchsten Unwetterschäden (siehe Grafik).

*Mit knapp 33 Millionen Euro hat
UNIQA im Unwetterjahr 2017
den österreichischen Kunden bisher
am meisten geholfen.*

Die Ergebnisse dieser internen Auswertung bestätigt auch ein Report des World Economic Forum, der unter dem Titel „The Global Risk Report 2018“ erschienen ist. Experten bewerten in dem Bericht regelmäßig die größten Risiken für die Weltbevölkerung. Auf Platz eins liegen seit dem Jahr 2017 „Extreme weather events“, also Unwetter, die heftiger verlaufen und deutlich mehr Schäden anrichten als übliche Wetterereignisse. „Die Studie belegt, dass wir mit höheren Leistungen für Unwetter in der Bilanz rechnen müssen. Unwetter werden in Zukunft deutlich öfter und in einer stärkeren Intensität auftreten“, sagt Svoboda.

2017 WAR EIN EXTREMES UNWETTERJAHR

Das Jahr 2017 war das stärkste Unwetterjahr seit 2010. Gemeinsam mit dem Partner UBIMET versendete UNIQA seit 2004 bereits 77 Millionen Unwetterwarnungen.

Deutliche Schadenreduktion durch UNIQA Unwetterwarnung

UNIQA Stammkunden bekommen vor Unwettern eine sogenannte Unwetterwarnung. Im Zusammenhang mit diesem Service verbindet UNIQA Österreich und UBIMET eine langjährige Partnerschaft. UBIMET wurde 2004 als Start-up gegründet, und schon im selben Jahr wurde UNIQA Österreich Kunde der UBIMET-Unwetterwarnungen. Versicherungskunden können sich postleitzahlgenau per SMS oder E-Mail vor Starkregen, Starkschneefall, Gewitter/Blitz, Sturm/Hagel oder Glatteisregen warnen lassen.

Summe der Warnmeldungen Verteilung pro Bundesland



Im Juli und August gibt es die meisten Unwetter und somit auch die größten Schäden bei Kunden.

Svoboda: „Unsere interne Kundenumfrage hat ergeben, dass die Unwetterwarnung dazu beiträgt, das Sicherheitsbewusstsein unserer Kunden zu erhöhen und die Kundenbindung zu stärken. Die UNIQA Unwetterwarnung ist zudem ein Aushängeschild in puncto Kundenzufriedenheit: „99 Prozent der Befragten sind mit dem Service zufrieden.“ UBIMET-CEO Michael Fassnauer: „UNIQA und UBIMET haben seit 2004 gemeinsam bereits mehr als 77 Millionen Warnmeldungen verschickt und Versicherungskunden dabei unterstützt, sich und ihr Hab und Gut zu schützen. Hochpräzise Warnmeldungen helfen dabei, Schäden zu verhindern bzw. zu verringern. Das Wetter spielt in der Versicherungsindustrie erwiesenermaßen eine große Rolle, und wir sind stolz darauf, UNIQA hier tatkräftig unterstützen zu dürfen.“

Denk wer **Schnell** hilft, hilft **doppelt**.

Unwetter-Hotline
0800 2045555

Denk 

Damit im Fall des Falles wirklich alles schnell geht, gibt es bei UNIQA eine kostenfreie Unwetter-Hotline. Hier geben Experten rasch Infos zu allen Fragen rund um Versicherungsschäden, die aufgrund von Unwettern aufgetreten sind. Außerdem gibt das Kundenservice-Team Auskunft darüber, welche Schäden gedeckt sind und wie diese richtig dokumentiert werden.

Drei Viertel der österreichischen Unternehmen von Cyberkriminalität ...
https://diepresse.com/.../Studie_Drei-Viertel-der-oesterreichischen-Unternehmen-von
 13.09.2017 - Oft profitieren Cyberkriminelle in Österreich von der Sorglosigkeit der Mitarbeiter, zeigt eine KPMG-Studie. Negativer Spitzenreiter bei den Cyberattacken waren die Industrieunternehmen mit

Schutz gegen Cyberkriminalität

Cyberkriminalität: 30 Prozent mehr Anzeigen
 Anzeigen als im Vorjahr - ORF
orf.at/stories/2412889/
 30.10.2017 - Cyberkriminalität: 30 Prozent mehr Anzeigen als im Vorjahr. Die Zahl der Anzeigen im Bereich Cybercrime ist in Österreich 2016 im Vergleich zum Jahr davor um fast ein Drittel gestiegen...

Digitalisierung erfordert neuen Versicherungsschutz

Das Bundeskriminalamt zählt jährlich rund 10.000 Hackerangriffe. UNIQA Österreich bietet jetzt ein Produkt an, mit dem sich Kunden schützen können.

Eine negative Begleiterscheinung der immer stärkeren Globalisierung von digitalen Daten ist die Cyberkriminalität. Allein in Österreich werden laut dem Österreichischen Bundeskriminalamt jährlich rund 10.000 Angriffe durch Hacker registriert. Dabei kommt es immer häufiger zum Diebstahl sehr persönlicher Daten, wie etwa von Passwörtern, Kontonummern oder Kreditkartendaten, die anschließend missbräuchlich verwendet werden. UNIQA Österreich startet jetzt neben der Cyberversicherung für KMUs auch eine Cyberprivatversicherung.

„Um es gar nicht so weit kommen zu lassen, setzen wir stark auf das Thema Prävention. Wir finden sensible Daten auf verschiedenen Ebenen des Internets, wie zum Beispiel dem Surface- und dem Darknet, bevor es zum Schaden kommt. Aber natürlich hilft das Produkt auch im Worst Case zumindest die finanziellen Risiken durch Cyberangriffe abzufedern“, sagt Andreas Kößl, Vorstand Sachversicherung. Dazu wurde am 18. September 2017 ein Kooperationsvertrag mit der Affinion International GmbH unterzeichnet. Kößl: „Die Digitalisierung eröffnet für uns neue Geschäftsmöglichkeiten und bietet unseren Kunden gleichzeitig mehr Schutz vor Risiken, die es vor einiger Zeit noch gar nicht gab. Mit Affinion haben wir einen Partner gefunden, der in der Lage ist, sensible Daten im Netz zu finden, bevor noch ein Schaden entstanden ist. Die Kooperation macht unser Produkt einzigartig in Europa.“

**PRÄMIE LIEGT BEI FÜNF
EURO MONATLICH**

Seit Mitte Oktober kann das neue Produkt CyberPrivat abgeschlossen werden. Die neue Versicherung bietet die Möglichkeit, persönliche Daten, zum Beispiel Kontodaten, je nach individueller Entscheidung des Kunden laufend im Internet überwachen zu lassen. Im Fall eines

Datenfunds wird der Kunde automatisch per Mail und/oder SMS informiert und bei der weiteren Vorgehensweise, zum Beispiel bei der Datenlöschung, unterstützt. Das Angebot wird durch einen Online-Shopping-Schutz ergänzt, bei dem Kunden im Schadenfall bis zu 400 Euro finanzielle Entschädigung pro Einkauf erhalten. Pro Jahr können maximal drei Fälle mit einem Gesamtschaden von maximal 1.000 Euro gemeldet werden. Die Prämie für CyberPrivat liegt einheitlich bei fünf Euro pro Monat. Ab Mitte Dezember startet der Verkauf der neuen Polizze auch online auf www.uniqa.at

„Mit Affinion haben wir einen Partner gefunden, der in der Lage ist, sensible Daten im Netz zu finden, bevor überhaupt ein Schaden entstanden ist.“

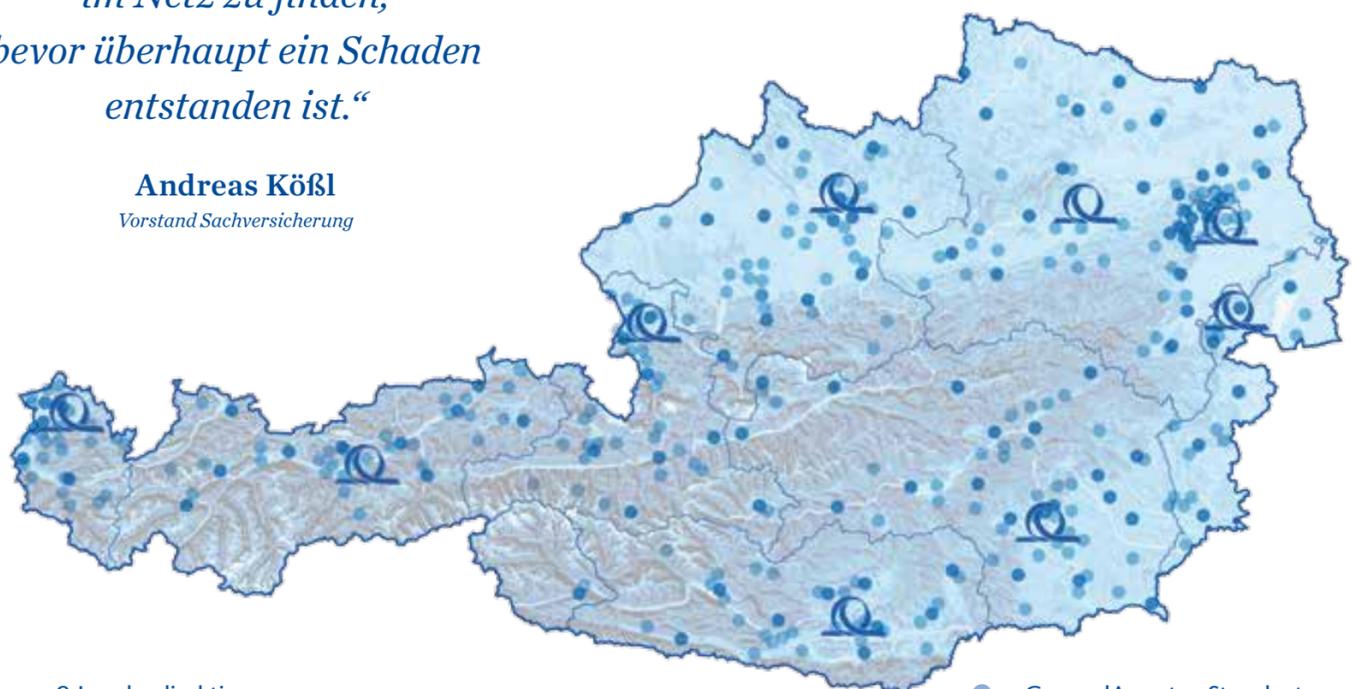
Andreas Kößl
Vorstand Sachversicherung

Weltweit 600 Mrd. Dollar Schaden durch Cyberkriminalität | SN.at
<https://www.sn.at> › Wirtschaft | National & International › Wirtschaft & Finanz weltweit
 21.02.2018 - Der wirtschaftliche Schaden durch Cyberkriminalität ist laut einer Studie auf weltweit 600 Mrd. Dollar (490 Mrd. Euro) angestiegen. ... Russland sei wegen der Fähigkeiten der Hacker und der lückenhaften Strafverfolgung die führende Nation in Sachen Cyberkriminalität, sagte ...

Wir sind für unsere Kunden überall da,
wo sie uns brauchen.

**Online versichert,
persönlich betreut**

Die ausgeprägte Serviceorientierung und Kundennähe von UNIQA wird durch die neun Landesdirektionen und mehr als 400 Servicestellen unterstrichen.



9 Landesdirektionen
> 400 regionale Servicestellen

● GeneralAgentur Standorte
● Regionale Servicestellen

ATTACKEN AUS DEM INTERNET

Die zunehmende Digitalisierung bringt neue Gefahren mit sich. Eine davon sind Hackerangriffe.

Hackerangriffe, Viren, Datenverlust – so schützen Sie Ihr Unternehmen vor Hackern



Die größten Cyber-risiken für KMUs:

- Hackerangriffe
- Ausspähen von Daten und Geschäftsgeheimnissen
- Persönlichkeitsverletzungen/Rufschädigung
- Ertragsausfälle durch Betriebsunterbrechungen
- Datenschutzverletzungen
- Erpressungen durch Hacker
- Datenverlust

Oft treten mehrere dieser Bedrohungen gleichzeitig auf.

Mitte Mai 2017 infizierte der Trojaner „WannaCry“ in wenigen Tagen über 230.000 Computer in 150 Ländern und legte zehntausende Unternehmen vorübergehend lahm. Cyberangriffe wie diese sind heutzutage kein Einzelfall. Kleine oder mittelständische Unternehmen sind wegen der oft mangelnden Schutzmaßnahmen besonders gefährdet. Der Ausfall wichtiger IT-Services ist nicht nur lästig, er kann auch richtig teuer werden. Laut einer Studie von Kaspersky Lab (2015) liegen die Folgekosten eines Sicherheitsfehlers für KMUs durchschnittlich bei 34.000 Euro.

Schützen Sie sich als Unternehmer vor Cyberangriffen, indem Sie Gefahrenquellen durch einen verantwortungsvollen Umgang mit dem IT-System minimieren und eine IT-Security-Strategie für Ihren Betrieb erstellen lassen. Das finanzielle Restrisiko von Cyberattacken können Sie mit einer Cyberversicherung abfedern.

UNIQA Cyberversicherung

LEISTUNGEN

Angriffe von außen (Hacker, Viren)	Technik	Kosten für Wiederherstellung/ Wiederbeschaffung der Daten/ Verfügbarkeit/des Systems
	Betriebsunterbrechung	Verdienstentgang durch Nichtverfügbarkeit
	Haftpflicht	Berechtigte Forderungen z. B. seitens Kunden nach Datendiebstahl
Missbrauch des Firmennamens für Betrug	Haftpflicht	Kosten für vorbeugenden Imageverlust
Forderung Dritter nach Datendiebstahl	Haftpflicht	berechtigte Forderungen und Abwehr unberechtigter Forderungen, Kosten für vorbeugenden Imageverlust

Vorteil gegenüber Mitbewerber:

IT-Forensiker wird auch bezahlt, wenn es kein gedeckter Schaden ist

Und wenn trotz aller Vorsicht der Fall der Fälle eintritt, können Sie die nicht zu unterschätzenden Folgen eines solchen Angriffs mit einer Cyberversicherung abfangen.

Wiederherstellungskosten für Daten, Umsatzeinbußen, Schadenersatzforderungen von Kunden, PR-Kosten für die Vermeidung von Imageschäden – die finanziellen Folgen eines Cyberangriffs sind gravierend und können für KMUs schnell existenzbedrohend werden.

Als frei wählbarer Baustein unserer **Betriebsversicherung** deckt die UNIQA Cyberversicherung **die Folgekosten von Cyberkriminalität bis zu einer Versicherungssumme von 100.000 Euro** ab.

Auch die Kosten für die IT-Forensik, sprich für die IT-Experten, die den Tatbestand analysieren und die Beweise sichern, werden im Rahmen der Cyberversicherung übernommen.

TIPP!

Die IT-Forensikkosten werden auch dann übernommen, wenn es sich um keinen gedeckten Schaden handelt.

Schäden in Millionenhöhe durch Cybercrime - oesterreich.ORF.at

oesterreich.orf.at/stories/2834159/

30.03.2017 - Cyberkriminalität steigt in Österreich stark an. „Jährlich werden in Österreich Schäden von mehreren Millionen Euro verursacht“, berichtete Wolfram Littich, Vizepräsident des österreichischen Versicherungsverbands (VVO), am Donnerstag in Wien.

Zehn Tipps zum Thema Cyber-Security

① IT-Security beginnt bei den Mitarbeitern

Besonders in kleinen Unternehmen sind Mitarbeiter sich der Cyberrisiken nicht bewusst. Oft ist es ein naiver Angestellter, der einem Virus oder Schadprogramm Tür und Tor öffnet. Schulen Sie Ihr Personal daher unbedingt im sicheren Umgang mit dem IT-System und stellen Sie einen Cyber-Security-Leitfaden zur Verfügung.

② Erst nachdenken, dann klicken

Laden Sie Programme und Updates nur von vertrauenswürdigen Quellen herunter. Öffnen Sie keine Links oder Anhänge in E-Mails, deren Absender Sie nicht kennen, vor allem keine .exe oder .zip-Dateien. Spam-E-Mails sind nicht nur ein beliebtes Mittel, Viren und Trojaner einzuschleusen, sie werden auch für Phishing eingesetzt. Dabei werden Sie über gefälschte, aber vertrauenswürdige wirkende E-Mails und Websites dazu verführt, Passwörter, Bankdaten oder andere sensible Daten preiszugeben.

③ Sichere Passwörter

Wählen Sie für jedes Konto ein eigenes, sicheres Kennwort (mit Zahlen, Ziffern, Groß- und Kleinschreibung) und geben Sie diese niemals weiter. Default-Passwörter für Software und Hardware sollten immer geändert werden. Tipp: Spezielle Softwareprogramme, sogenannte Passwortmanager, helfen Ihnen, den Überblick zu bewahren, indem sie Ihre Passwörter verschlüsseln und verwalten.

④ Vorsicht im öffentlichen WLAN

Wichtig für alle, die gern unterwegs arbeiten: Nutzen Sie das öffentliche WLAN in Cafés, am Flughafen, oder auch im Hotel niemals für sensible Transaktionen wie E-Banking. Vor allem bei unverschlüsselten Verbindungen besteht die Gefahr, dass Passwörter ausgelesen werden.

⑤ Verschlüsselte Verbindungen

Achten Sie bei Web-Banking, E-Fakturierung oder auch bei Facebook auf das HTTPS vor der URL. Es zeigt an, dass die Kommunikation zwischen Webserver und Browser im WWW verschlüsselt und authentifiziert wird.

⑥ Regelmäßige Software-Updates

Führen Sie regelmäßig die vom Hersteller empfohlenen Software-Updates durch – z. B. für Ihr Betriebssystem, Ihren Browser, Ihre Dienstprogramme etc. Die Updates enthalten Systemverbesserungen, schließen etwaige Sicherheitslücken und reparieren Fehler.

⑦ Anti-Virus-Programme

Eine weitere einfache, aber effektive Sicherheitsmaßnahme ist die Installation einer starken Virenschutz-Software auf allen Mitarbeitercomputern und Mobiltelefonen. Diese Virens Scanner suchen die Geräte nach Bedrohungen wie Viren oder Spyware ab, die dann blockiert und entfernt werden können.

⑧ Back-ups

Erstellen Sie in regelmäßigen Abständen Datensicherungen – auch Back-ups genannt –, um im Ernstfall einen kompletten Datenverlust zu vermeiden und gelöschte Daten wiederherstellen zu können. Speichern Sie dazu wichtige Dokumente und Dateien auf einem externen Datenträger ab und trennen Sie diesen nach der Datensicherung unbedingt vom operativen System.

⑨ Smartphones nicht vergessen

Auch die Smartphones Ihrer Mitarbeiter müssen unbedingt gegen Cyberangriffe geschützt werden. Denn Viren und Trojaner können sich hier über E-Mails, dubiose Apps oder Diebstahl besonders leicht in Ihr System einschleichen. Zusätzlich zu den oben genannten Tipps gilt: Laden Sie Apps nur aus den offiziellen App-Stores herunter, und sichern Sie Handys unbedingt mit einem Kennwort oder, besser noch, durch eine biometrische Absicherung.

⑩ Eine Maßnahme reicht nicht aus

Hacker entwickeln laufend neue, ausgeklügelte Techniken und Programme, um anderen Systemen zu schaden. Daher bietet keine dieser Maßnahmen 100-prozentigen Schutz vor schweren Cyberattacken. Virens Scanner können etwa nur Malware erkennen, die bekannten Verhaltensmustern folgt, und Mitarbeiter sind schließlich auch nur Menschen – und irgendwann klickt der Zeigefinger dann doch schneller, als einem lieb ist. In Kombination können die genannten Maßnahmen das Risiko allerdings erheblich reduzieren.

Weitere IT-Sicherheitstipps für KMUs finden Sie im IT-Sicherheitshandbuch der WKO ...

→ www.wko.at/site/it-safe/Sicherheitshandbuch.pdf

TIPP!

... sowie im aktuellen Bericht für Cyber-sicherheit des Bundeskanzleramts:

→ www.archiv.bundeskanzleramt.at/DocView.axd?CobId=63191

Denk

Sicher

... UND DU BIST
DIR WIRKLICH
SICHER ?



besser

Bessere Chancen für fünf Start-ups Seite 37

Impact Hub Vienna und UNIQA starten Mission 120 – Accelerate.

Online-Plattformen im Fokus Seite 38

Unsere bunte Online-Welt.

Neue IT-Landschaft Seite 41

Die Basis für ein umfassendes Redesign unseres Geschäftsmodells.

Soziale Projekte Seite 42

Haus Damaris, Special Olympics und der UNIQA Sozialtag.

Bessere Chancen für fünf Start-ups

In Ideen investieren

Gemeinsam mit dem Impact Hub Vienna startet UNIQA das Programm Mission 120 – Accelerate. Im Jänner 2018 wurden fünf Start-ups ausgesucht, die nun weiter unterstützt werden.



UNIQA beschäftigt sich intensiv mit Zukunftstrends und deren Auswirkungen auf die Gesellschaft. Vor dem Hintergrund einer steigenden Lebenserwartung wünschen sich auch ältere Menschen zu Recht innovative Ideen, Produkte und Services für ein sicheres, besseres und längeres (Zusammen-)Leben (vielleicht auch bis 120). Grundlegende Veränderungen wie ein steigendes Durchschnittsalter, disruptive Innovationen im Gesundheitsbereich und ein wachsender Einfluss einer Silver-Economy (Seniorenwirtschaft) sind Entwicklungen, die uns in den kommenden Jahrzehnten beeinflussen werden. Als Versicherung ist sich UNIQA der gesellschaftlichen Verantwortung bewusst und versucht mittels Impact Investments, den Menschen mit passenden Lösungen unter die Arme zu greifen.

Um ein möglichst breites Set an innovativen Lösungen zu erhalten, fördert UNIQA die Einbindung von Start-ups und Jungunternehmen. Gemeinsam mit dem Impact Hub Vienna startet UNIQA das Programm Mission 120 – Accelerate. Das Programm hat sich zum Ziel gesetzt, die besten Ideen von Jungunternehmern und Start-ups in der Prototype-, Proof of Concept- bzw. Running Operations-Phase zu identifizieren, zu fördern und Lösungen zu erarbeiten. „Wir wollen die besten Ideen von Jungunternehmern und Start-ups identifizieren, fördern und unterstützen“, sagt Kurt Svoboda, CFO/CRO UNIQA Group, der auch den Bereich CSR im Unternehmen verantwortet. „Versichern bedeutet für uns, sich mit Zukunftstrends und deren Auswirkungen auf die Gesellschaft zu beschäftigen. Unumstritten ist einer die-

ser Trends, dass wir immer älter werden. Wir investieren daher in innovative Köpfe, die sich heute Gedanken über Innovation in Gesundheitsvorsorge und Prävention für Menschen machen.“

Start-ups und Jungunternehmer, die sich mit diesen sozialen Herausforderungen befassen, konnten sich in den letzten Monaten mit ihren innovativen Lösungen beim Impact Hub Vienna melden. Im Jänner 2018 wurden fünf Start-ups ausgewählt, die jetzt an dem sechsmonatigen Accelerator-Programm teilnehmen werden. Die Start-ups erhalten durch dieses maßgeschneiderte Programm im Impact Hub Vienna inhaltliche Unterstützung bei der Weiterentwicklung ihrer Konzepte. Zusätzlich stehen ihnen Mentoren von UNIQA zur Seite.

Folgende fünf Start-ups wurden ausgewählt:

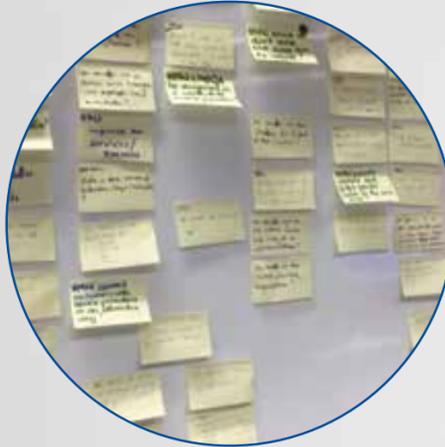
- ▶ **HDM 4.0: Health- and Disease Management** – Chronisch Kranken ein längeres aktives Teilnehmen am Leben ermöglichen
- ▶ **Mindcoa.ch**: Virtueller Coach für ältere Menschen auf Basis eines selbstlernenden Chatbots (Artificial Intelligence)
- ▶ **VivaBack**: Mobiles Monitoring von Rückenbewegungen für neue Perspektiven bei Prävention und Behandlung von Rückenschmerzen
- ▶ **WGE!-Gemeinsam Wohnen**: Vermittlungsplattform für Wohngemeinschaften von Jung und Alt
- ▶ **Walkassist**: Intelligenter Schuh, der Hindernisse erkennt

Weitere Informationen zu den ausgewählten Start-ups finden Sie auf: vienna.impacthub.net/program/mission-120

Unsere bunte Online-Welt

Digitaler Rundum-Service

In keinem Bereich dreht sich das Bedürfniskarussell schneller als in der Online-Welt. Unser Ziel ist es hier, für unsere Kunden in jenen digitalen Bereichen zu investieren, die nach unserer Einschätzung unseren Service schneller und effizienter machen können. Die Basis dafür sind Umfragen unter unseren Kunden und Wachsamkeit gegenüber neuen Trends im Markt. In einem eigenen Digital Team werden diese neuen Trends dann auf die Bedürfnisse unserer Kunden umgelegt.



Design-Sprint

In einem fünftägigen Prozess erarbeitete ein speziell zusammengestelltes Expertenteam Ideen für die neue Homepage.

Viele fragen uns, wie neue digitale Produkte bei uns entwickelt und umgesetzt werden. Ganz einfach. Im Rahmen von sogenannten Design-Sprints werden für eine konkrete Aufgabenstellung jeweils die besten Experten aus allen Bereichen von UNIQA mit den Digitalentwicklern in Arbeitsgruppen zusammengebracht. Diese müssen dann im Ein-Wochen-Rhythmus Ergebnisse erarbeiten. Ein hoch ambitioniertes Modell mit hoher Erfolgsquote.

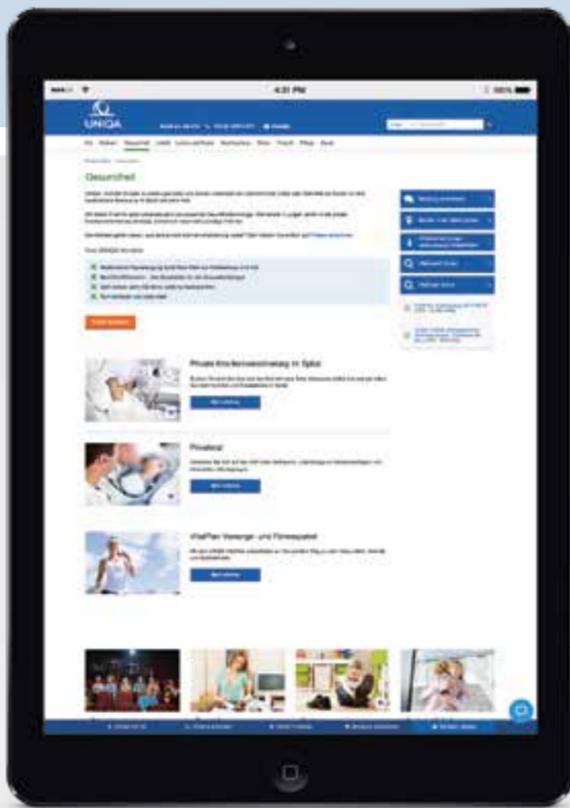
Unser Online-Balkon

Die ganze Online-Welt von UNIQA: Alle Services, alle Tipps für neue Versicherungen – einfach alle Infos, die unsere Kunden brauchen, gibt es unter www.uniqa.at

Ski & Fußball

Wie tickt Doppelolympiasieger Matthias Mayer wirklich? Wie leben Benni Raich und Marlies Schild heute? Und wie halten sich die beiden fit und gesund? Ein Blick auf ski4uniqa.at, und Sie erfahren dort alle News aus der Welt des Skisports. Wissenswertes zum Thema Fußball – in seiner regionalsten Form samt Fankultur voller Leidenschaft – gibt es auf uniqaefbcup.at





Gesundheits- plattform

Mehr als 100 VitalCoaches, hunderte Ärzte quer durch ganz Österreich und eine ganze Heerschar von Gesundheitsexperten stellen seit Jahren ihr Know-how für unsere Kunden zur Verfügung. Dieses Wissen wird jetzt zentral als Service im Netz ausgespielt.

myuniqa.at

Sie wollen wissen, ob Ihre Schadenmeldung bereits erledigt ist? Sie wollen auf Ihre Bedürfnisse zugeschnittene Services aus der Sicher-besser-länger-leben-Welt von UNIQA? Dafür haben wir myuniqa.at erfunden.

Innovation am laufenden Band – für einen noch besseren und effizienteren Service für unsere Kunden.



Sicher, besser, länger leben



Digitaler Dialog

Chatbot im Test

Seit Jänner 2018 können Kunden mit dem UNIQA ServiceBot sprechen. Der kleine Roboter beantwortet einfache Fragen und hilft im Schadenfall.

Seit Jänner 2018 ist der UNIQA ServiceBot online. Zu finden ist er auf www.uniqa.at und auf dem Facebook-Auftritt von UNIQA Österreich. Viele wissen noch nicht, wie so ein Chatbot funktioniert. Das hat auch eine Umfrage ergeben, die das Communications Team von UNIQA im Jänner 2018 auf dem Wiener Schwedenplatz durchgeführt hat. „Viel kann ich dazu nicht sagen, aber es ist sicher hilfreich“, sagt etwa einer der befragten Passanten. Bislang ist der UNIQA ServiceBot in der Lage, einfache Fragen zu beantworten und im Schadenfall bei der Meldung zu helfen. Hinzulernen kann der kleine Roboter allerdings nur, wenn ihm Fragen gestellt werden. Deshalb lud UNIQA alle Mitarbeiter zum Testen ein. Denn wer könnte kniffligere Fragen stellen als die Mitarbeiter? Außerdem müssen auch wir selbst fit im Umgang mit dem Chatbot sein, wenn wir das auch von unseren Kunden erwarten. Sabine Usaty-Seewald, Vorstand Kunde & Markt UNIQA Österreich: „Der Chatbot kann nie einen echten Menschen ersetzen. Er ist ein Tool, das zusätzlichen Service schafft. Das eine Zielgruppe bedient, die gelernt hat, sich schnelle Infos im Netz zu holen und erst mit vertiefenden Fragen zum Hörer greift. Ich lade alle Mitarbeiter ein, den ServiceBot einfach auszuprobieren und uns Feedback zu geben. Wir lernen immer dazu, das tut und kann der Chatbot auch.“ Alexander Bockelmann, Vorstand Digitalisierung, schlägt in dieselbe Kerbe: „Wir haben uns dafür entschieden, unsere Kunden mit dem Chatbot zu servizieren, weil wir

ihnen damit schnell und unkompliziert helfen können. Speziell sprechen wir damit internetaffine Zielgruppen an, die sich gern mit neuen Technologien und Innovationen auseinandersetzen.“

Aktuelle Skills des UNIQA ServiceBot

Schadenmeldung direkt im Chatbot

- Glasbruch
- Kfz-Kleingläser
- Kfz-Glasscheiben
- Kfz-Tierbiss
- Feuer
- Blitz
- Kühlgut
- Leitungswasser
- Sturm
- Einbruch/Diebstahl/Raub

Leads

(Prämien berechnen/detaillierte Infos zu Versicherungen)

- Krankenversicherung – Bedarfsrechner
- Beratung vereinbaren
- Cyber Online (Privat) – Phase 0

Generelle Anfragen

- FAQ statisch
- Beratersuche/UNIQA vor Ort
- VitalCoach und VitalHotel – Suche
- Genereller Kontakt/Rückruf
- Finanzamtsbestätigung

UNIQA BotLab/Etwas fragen myUNIQA

- Login
- Sichtung „Meine Verträge“

UNIQA ServiceBot

Los geht's!

UNIQA ServiceBot

Guten Tag, darf ich mich kurz vorstellen? 😊 Ich bin der UNIQA ServiceBot, Ihr persönlicher Online-Assistent.

Haben Sie bereits Erfahrung im Umgang mit Bots?

Ja

Nein

Nein

UNIQA ServiceBot

Macht nichts, ich bin gut vorbereitet!
Ich kann Ihre Fragen beantworten, gemeinsam mit Ihnen einen Schaden melden oder Ihnen die Prämie für eine Versicherung berechnen. Bitte seien Sie nicht schüchtern und probieren Sie einfach aus, wie Sie sich am besten mit mir unterhalten können. So kann ich am schnellsten dazulernen!

Was möchten Sie gerne tun?

Prämie berechnen

UNIQA ServiceBot

An welcher Versicherung haben Sie Interesse?

Ich interessiere mich für eine private Krankenversicherung.

Ich möchte meine Daten im Internet schützen & sicher online einkaufen.

Krankenversicherung

Cyber-Versicherung

Krankenversicherung

UNIQA ServiceBot

Sie interessieren sich für eine private Krankenversicherung? Ich finde das richtige Angebot für Sie. Warum ist eine Krankenversicherung für Sie interessant?

Ich will selbst umfassend für meine Gesundheit vorsorgen.

Ich will für den schlimmsten Fall vorsorgen.

Für mich

Schlimmster Fall

Schlimmster Fall

UNIQA ServiceBot

Man weiß nie, was das Leben bringt. Was wäre für Sie der schlimmste Fall – jeder Krankenhausaufenthalt oder nur Krankenhausaufenthalte nach einem Unfall und bei einer schweren Erkrankung wie z.B. Krebs oder Herzinfarkt?

Schwere Krankheit

UNIQA ServiceBot

Ich hab noch ein paar Fragen an Sie, um für Sie ein Angebot zu berechnen. Verraten Sie mir bitte zuerst Ihr Geburtsdatum.

Datum auswählen

Datum : 16.06.1973

Danke, Sie sind also am "16.06.1973" geboren. Nennen Sie mir bitte noch Ihre Sozialversicherung.

GKK

UNIQA ServiceBot

Die Krankenversicherung "Sonderklasse Select Kompakt" kostet für Sie monatlich 38.34 Euro.

Möchten Sie weitere Informationen zu Ihrem gewählten Angebot erhalten?

Ja, per E-Mail

Beratung vereinbaren

Nein, neu berechnen

Hilfe

Nachricht schreiben...

UNIQA Insurance Platform

Unser digitales Fundament

Mit einer komplett neuen IT-Plattform legt UNIQA die Basis für ein umfassendes Redesign des Geschäftsmodells. Notwendig ist dies, damit auch künftig Kundenerwartungen erfüllt werden können.

Unter dem Titel UNIQA Insurance Platform (UIP) startet die UNIQA Group ihre Businessstransformation mit einer weitreichenden Erneuerung ihrer IT-Landschaft. Damit legt sie die Basis für ein umfassendes Redesign ihres Geschäftsmodells. Denn sie schafft die Voraussetzungen, um in Zukunft den Kundenerwartungen und Kundenwünschen, die sich in einer zunehmend digitalisierten Welt noch rascher und radikaler verändern, noch besser zu entsprechen. Mit UIP wird somit bald ein frischer Wind durch die IT-Landschaft von UNIQA wehen. Lesen Sie, wie das geht, was dafür notwendig ist und warum das IT-System die Voraussetzung dafür ist, im Wettbewerb attraktiv zu bleiben. Wenn heute eine Polizze abgeschlossen wird, denkt kaum jemand dabei an IT-Prozesse, die im Hintergrund nahezu in Echtzeit ablaufen. Wie kompliziert das Geflecht an unterschiedlichen Programmen ist, zeigt ein Blick hinter die Kulissen. „Wenn ein Kunde wissen möchte, wie hoch die Prämie für ein bestimmtes Produkt ausfällt, müssen sehr viele Parameter abgefragt werden: etwa die Bonität des Kunden, sein Alter, oder wie viele Versicherungen er bei uns bereits hat. Das ist ein aufwendiger und vielschichtiger Prozess“, erklärt Erik Leyers, Vorstand Prozessmanagement UNIQA Group.



„Mit UIP schaffen wir eine neue Basis, an der wir mit neuen Lösungen andocken können, um unseren Kunden einen noch besseren Service zu bieten.“

Sabine Usaty-Seewald

Vorstand Kunde & Markt
UNIQA Österreich



„Von der IT-Plattform UIP werden die Berater profitieren, weil wir sie mit technischen Lösungen besser servizieren können.“

Peter Humer

Vorstand Vertrieb
UNIQA Österreich



„Mit unserer UIP-Plattform setzen wir neue Qualitätsmaßstäbe hinsichtlich Schnelligkeit und Transparenz in der Tarifierung und Verarbeitung von Kundendaten.“

Erik Leyers

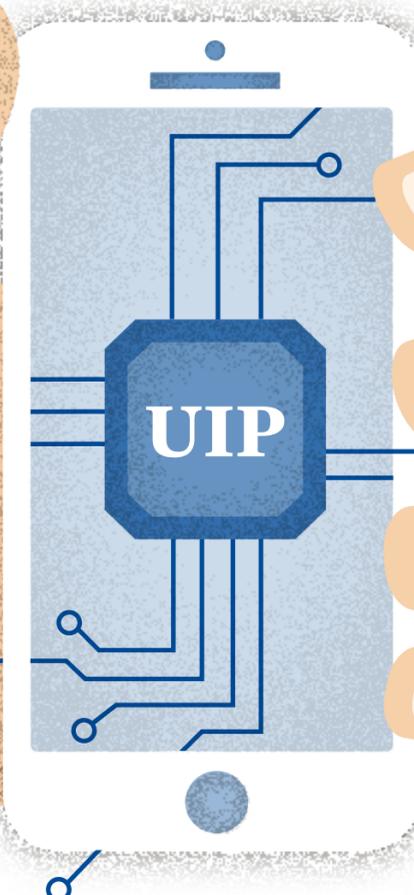
Vorstand Prozessmanagement
UNIQA Group



„UIP wird uns eine moderne und stabile IT-Basis bieten, auf der wir neue digitale Kundenlösungen aufbauen können.“

Alexander Bockelmann

Vorstand Digitalisierung
UNIQA Österreich
und UNIQA International



„Es liegt in unserer Verantwortung, der Gesellschaft ein Stück unseres Erfolgs zurückzugeben.“

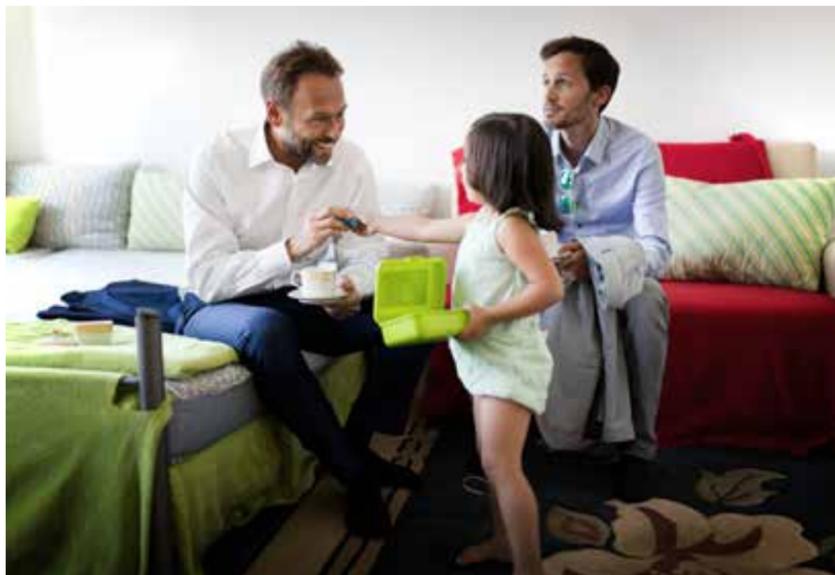
Andreas Brandstetter
CEO UNIQA Group



Neue Heimat fern der Heimat

Rund 170 Menschen haben im Haus Damaris, einem Backsteingebäude in der Bachofengasse im 19. Wiener Gemeindebezirk, ein neues Zuhause gefunden.

„Es war ein Gebot der Menschlichkeit, jenen, die nichts haben und deren Leben in Trümmern liegt, ein neues Zuhause zu geben, und da ist die UNIQA Familie ganz toll eingesprungen“, freut sich Andreas Brandstetter über die breite Unterstützung der Flüchtlinge in der Bachofengasse. Im Sommer 2015 hatte UNIQA der Stadt Wien angeboten, in einem Bürogebäude im 19. Wiener Gemeindebezirk eine Unterkunft für Flüchtlinge zu schaffen. Die Caritas betreut das Haus seit diesem Zeitpunkt. Zu Beginn war das Haus Damaris eine Notunterkunft, in der rund 300 Menschen Zuflucht fanden. Mittlerweile wurde das ehemalige Bürogebäude von UNIQA zu einem dauerhaften Wohnhaus für Flüchtlinge umgebaut. Andreas Brandstetter hat sich den Umbau im Sommer 2017 von Klaus Schwertner, Generalsekretär Caritas Wien, zeigen lassen und die Gelegenheit genutzt, um sich selbst ein Bild davon zu machen, wie es den neu angekommenen Menschen in der Bachofengasse geht. Bei einem weiteren Besuch im Haus Damaris sicherte Brandstetter die Finanzierung für einen Spielplatz im Garten zu. Zusätzlich zur finanziellen Unterstützung durch das Unternehmen hat es



„Es war ein Gebot der Menschlichkeit, jenen, die nichts haben und deren Leben in Trümmern liegt, ein neues Zuhause zu geben.“

sich eine Gruppe von rund 20 engagierten UNIQA Kolleginnen und Kollegen rund um Carmen Derler und Gerlinde Nepp zur Aufgabe gemacht, auch auf der zwischenmenschlichen Ebene einen Beitrag zu leisten. Seit Sommer 2016 finden in regelmäßigen Abständen verschiedenste – von dieser Gruppe selbst finanzierte – gemeinsame Aktivitäten statt. Im letzten Jahr standen zum Beispiel ein Besuch der Frauen beim Frauentag im UNIQA Tower, ein Familienausflug ins Kindermuseum Schönbrunn mit anschließendem Oster-Picknick, Stadtpaziergänge und Besuche in Museen, das traditionelle Sommerfest im Haus Damaris sowie vorweihnachtliches Backen auf dem Programm. „Wir versuchen, die Menschen aus ihrer Isolation zu holen und ihnen mit diesen Aktivitäten auch unsere Kultur und unsere Art zu leben näherzubringen. Dies sehen wir auch als Beitrag dazu, dass sie sich schneller in ihrem neuen Leben zu Recht finden, sollten Sie Asyl bekommen“, meint Gerlinde Nepp, Organisatorin der ersten Minute. Und Carmen Derler bringt es auf den Punkt: „Integration kann nur durch gegenseitiges Kennenlernen und Verständnis für die jeweils andere Kultur gelingen.“

ZWEI TAGE FÜR DEN GUTEN ZWECK

200 Mitarbeiter haben ihre Sozialtage für die Special Olympics World Winter Games 2017 genutzt, um Menschen mit Behinderung anzufeuern und zu helfen.

UNIQA als Hauptsponsor der Special Olympics World Winter Games 2017

UNIQA hat die Special Olympics World Winter Games 2017, die zwischen 14. und 25. März 2017 in Graz, Schladming und der Ramsau ausgetragen wurden, als Hauptsponsor unterstützt. Andreas Brandstetter: „Die Special Olympics World Winter Games passen sehr gut zu unserer Markenpositionierung. Genauso wie die gehandicapte Schwimmerin im UNIQA Werbespot aus dem Frühjahr 2017 zeigen auch diese Menschen, welche Leistungen möglich sind, wenn man einen starken Willen und eine positive Lebenseinstellung hat. Weil das Thema so wichtig ist, haben wir auch unseren Mitarbeitern die Möglichkeit geboten, ihren Sozialtag für die Special Olympics einzusetzen.“ Jeder UNIQA Mitarbeiter kann pro Jahr einen Sozialtag, der mit einem Extra-Urlaubstag gleichzusetzen ist, in Anspruch nehmen. Das Motto der Special Olympics World Winter Games 2017 war „Heartbeat for the World“. Mehr als 2.700 Athleten mit intellektueller Beeinträchtigung aus 107 Nationen waren bei dem weltgrößten Sport- und Sozialevent in Graz, Schladming sowie in der Ramsau dabei. In insgesamt neun verschiedenen Sportarten, Eisschnelllauf, Eiskunstlauf (Eishalle Graz), Floor Hockey, Floorball, Stocksport (Messe Congress Graz), Ski Alpin, Snowboard (Schladming-Rohrmoos), Ski-Langlauf und Schneeschuhlauf (Ramsau), wurden die Special Olympics World Winter Games 2017 ausgetragen.



200 Mitarbeiter stellten sich in den Dienst der guten Sache und unterstützten die Sportler bei den Special Olympics World Winter Games 2017.



Über Special Olympics

Special Olympics ist die weltweit größte Sportbewegung für Menschen mit intellektueller Beeinträchtigung. Gegründet wurde Special Olympics (SO) von Eunice Kennedy Shriver im Jahr 1968 in Amerika. Weltweit ist SO mittlerweile in über 170 Ländern vertreten, 4,5 Millionen Sportler nehmen die Trainings- und Wettkampfangebote sowie Aktivitäten in Anspruch. In Österreich gibt es Special Olympics Österreich in der heutigen Form seit dem Jahr 1993. Damals wurden erstmals Weltwinterspiele außerhalb von Amerika durchgeführt. Als Schirmherr für die Spiele 2017 fungierte Arnold Schwarzenegger, der ebenfalls vor Ort präsent war.



UNIQA Sozialtag: Wenn Mitarbeiter helfen

„Der UNIQA Sozialtag ist ein Ausdruck der gesellschaftlichen Verantwortung unseres Unternehmens“, sagt Andreas Brandstetter. „Jede und jeder kann diese Verantwortung mittragen und dabei persönlich bereichernde Erfahrungen sammeln.“ Jeder Mitarbeiter hat dafür einmal im Jahr die Chance, sich einen Tag lang der guten Sache zu verschreiben. Dafür erhält er einen Tag dienstfrei. Dabei gibt es viele Möglichkeiten zu helfen. So kann man in einem Heim für wohnungslose Menschen Wände ausmalen, ein Fest in einem Seniorenheim organisieren und mitgestalten oder sich dafür engagieren, dass Flüchtlingen die Integration in Österreich erleichtert wird u. v. m. Eine Mitarbeiterin aus der Landesdirektion Burgenland berichtet von ihren Erlebnissen: „Die Chance, einen Sozialtag zu machen, sollte jeder Mitarbeiter ergreifen“, schreibt Sabine Praunseis, die in einer Behindertenwerkstätte mit den Klienten unter anderem rechnen geübt hat. „Ich kann es wirklich nur empfehlen.“ Ihr

Erlebnisbericht und die Erfahrungen vieler weiterer Mitarbeiter aus den Vorjahren können Kollegen als Anregung dienen.



Eine Schulstunde mit Andreas Brandstetter

„Tut später beruflich das, was euch Freude macht und wofür euer Herz brennt“, diesen Rat gab Andreas Brandstetter Schülern der Neuen Mittelschule Prinzgasse im 22. Wiener Gemeindebezirk, für die er im Rahmen der Initiative „Teach for Austria“ eine Schulstunde hielt. „Teach for Austria“ unterstützt mit ihrem Fellow-Programm Kinder aus sozial benachteiligten Familien oder mit Migrationshintergrund. UNIQA unterstützt diese Initiative seit Jahren, und auch Andreas Brandstetter betätigt sich regelmäßig als Lehrer in Wiener Schulen. So etwa im März 2017 in der Prinzgasse.

„Wir suchen immer neue, junge Talente, und so bitte ich euch, uns nicht zu vergessen“, lud er sie zum Abschluss seines Besuchs in der Schule ein, UNIQA später einmal als potenziellen Arbeitgeber in Betracht zu ziehen.







CSR in den polnischen Gesellschaften von UNIQA

Corporate Social Responsibility wird nicht nur bei UNIQA Österreich großgeschrieben, sondern auch bei UNIQA International. Ein Projekt, das stellvertretend für alle anderen Aktivitäten steht, ist UNIQA Art Łódź in Polen. Hier wird Kunst im öffentlichen Raum gezeigt.

CSR, also Corporate Social Responsibility oder auf Deutsch die Verantwortung des Unternehmens für seinen Einfluss auf die Gesellschaft, findet in der UNIQA Group in verschiedenen Aktivitäten ihren Ausdruck. Auch bei den polnischen UNIQA Gesellschaften gibt es unter diesem Begriff eine Reihe von Initiativen. Jene mit der größten Reichweite ist zweifellos das 2016 gestartete Projekt UNIQA Art Łódź. In Zusammenarbeit mit einem lokalen Kulturinstitut haben wir den öffentlichen Raum in Łódź an einigen Orten verändert und somit den Stadtbewohnern die Möglichkeit gegeben, uneingeschränkt Streetart genießen zu können. Warum in Łódź? Weil diese Stadt mit Fassadenbildern (Murals) assoziiert wird. Seit 25 Jahren ist sie zugleich ein Standort von UNIQA. Wo sonst, wenn nicht hier, sollte ein für alle Stadtbewohner und Fußgänger gedachtes Projekt, das der Kunst im öffentlichen Raum gilt, umgesetzt werden? Wir sind wohl das einzige Finanzinstitut auf dem polnischen Markt, das Streetart unterstützt und bei dem die Förderung künstlerischer Tätigkeit in die Strategie des Unternehmens eingeflochten ist. Die Künstler, die wir zur Teilnahme an dem Projekt eingeladen haben, sind Streetart-Spitzenkünstler aus aller Welt.

Vielfalt für die Straßen von Łódź: Elf Werke von neun Künstlern

Dank UNIQA Art Łódź ist die Stadt um elf außergewöhnliche künstlerische Werke reicher geworden, die insgesamt von neun Künstlern geschaffen wurden. Die Werke werden teils vorübergehend, teils bleibend präsentiert:

Installationen auf Litfaßsäulen – Lump (Polen) – vorübergehend

Fassadenbild (Mural) „Enjoy the silence“ – Gruppe Etam (Mateusz Gapski & Przemek Blejzyk) und Robert Proch (Polen) – bleibend

Installation „Hyperbolic“ – Crystal Wagner (USA) – vorübergehend

Relief „Die längste Nacht im Jahr“ – Mona Tusz (Polen) – bleibend an einer Mauer vor der UNIQA Zentrale

Skulptur „Kopf von Johannes dem Täufer“ – Szymon Ryczek (Polen) – vorübergehend

Skulptur „Unspezifisches Gewicht“ – Tomasz Górnicki & Chazme (Polen) – bleibend

„Das Projekt UNIQA Art Łódź ist im August 2017 zu Ende gegangen“, sagt Jarosław Matusiewicz, Vorstandsvorsitzender von UNIQA Polska. „Wir freuen uns, dass wir in dieser Hinsicht mit der Stadt Łódź zusammenarbeiten konnten und die Gelegenheit hatten, den Stadtbewohnern verschiedenartige und außergewöhnliche künstlerische Werke zu präsentieren.“

CRS bedeutet für die polnische Tochtergesellschaft auch eine Reihe von kleineren Initiativen im Sinn der Gesellschaft. Die Mitarbeiter von UNIQA und das Unternehmen selbst unterstützen seit ein paar Jahren etwa ein Kinderheim in Skierniewice. Es wird Geld für Sommerferienaufenthalte der Kinder gesammelt, wir kaufen Schulbedarf und Unterrichtsmaterialien ein, erfüllen die Wünsche der Kinder, die auf weihnachtlichen Wunschzetteln stehen. Ein anderes Projekt besteht im Sammeln von Kunststoffverschlüssen zur Unterstützung des Łódźer Kinderhospizvereins. Wir sind eine von 300 Einrichtungen, die diese Aktion unterstützen. 2017 hat der Verein, unter anderem dank der UNIQA Mitarbeiter, über 30 Tonnen Kunststoffverschlüsse gesammelt, die Einnahmen daraus wurden für Geburtstagsgeschenke für 85 kleine Patienten sowie als Zuschuss zu einem Familienpicknick und für die Ausstattung der stationären Kinderabteilung bestimmt.

Mitarbeiterbefragung mit positiver Nebenwirkung

Um Mitarbeiter zu motivieren, an der internen Mitarbeiterbefragung teilzunehmen, entschied sich UNIQA, jeweils einen Euro pro ausgefülltem Fragebogen zu spenden. Zur Auswahl standen zwei wohltätige Organisationen: Der Verein START und Ärzte ohne Grenzen. Insgesamt 3.600 Euro überreichte Robert Linke, Leiter HR der UNIQA Group, letztlich in der SkyBar des UNIQA Tower an Vertreter der beiden Organisationen. START wurde durch Katrin Triebswetter, Projektverantwortliche START Stipendien Wien, vertreten; für Ärzte ohne Grenzen waren Dagmar Hengl, verantwortlich für Spenderinitiativen, sowie Marcus Bachmann, Advocacy & Humanitarian Affairs Representative, gekommen, um die Spende entgegenzunehmen.

START ist ein Verein, der seit zehn Jahren erfolgreich topmotivierten Schülerinnen und Schülern mit Migrationsgeschichte „Starthilfe“ auf ihrem Weg zur Matura gibt.
www.start-stipendium.at

ÄRZTE OHNE GRENZEN sind dort zur Stelle, wo das Überleben von Menschen durch Konflikte, Epidemien, Naturkatastrophen oder aufgrund fehlender medizinischer Versorgung gefährdet ist. Die Organisation leistet vorrangig medizinische Hilfe. Sie stellt aber auch Trinkwasser, Notunterkünfte, Nahrungsmittel oder andere Hilfsgüter bereit.
www.aerzte-ohne-grenzen.at

Mit 2.100 Euro entschieden sich etwas mehr Mitarbeiter, für Ärzte ohne Grenzen zu spenden. Dem Verein START wurde ein Scheck in Höhe von 1.500 Euro überreicht.

Filmfestival: Bilder sagen mehr als 1.000 Worte



UNIQA ist in insgesamt 15 Ländern in CEE tätig, trotzdem wissen wir oft wenig von den Kulturen in dieser Region. Damit sich das ändert, sponsert UNIQA das LET'S CEE Film Festival.

Bereits zum fünften Mal fand das LET'S CEE Film Festival 2017 in Wien statt, zum vierten Mal fungierte UNIQA als Sponsor. „Zentral- und Osteuropa ist neben Österreich unser Heimmarkt. Da war es für uns eine klare Entscheidung, dieses Festival zu fördern, denn Kultur verbindet Menschen, und das Festival bietet eine wunderbare Gelegenheit gerade für uns hier in Österreich, mehr über die Kultur unserer Nachbarn zu erfahren“, begründet Wolfgang Kindl, CEO UNIQA International, das Engagement.

Beim Filmfestival wird jedes Jahr eine Auswahl der besten aktuellen Spiel-, Dokumentar- und Kurzfilme aus Zentral- und Osteuropa (CEE) sowie der Kaukasus-Region und der Türkei gezeigt. UNIQA ist übrigens nicht nur Sponsor des Festivals, sondern auch dessen Versicherer, denn es ist wichtig, dass gerade bei so großen Veranstaltungen auch der Versicherungsschutz umfassend gewährleistet ist.



Manege frei für junge Artisten



Das Circus-Camp im nördlichen Waldviertel ging 2017 zwei Mal je eine Woche über die Bühne. 8- bis 14-jährige Kinder und Jugendliche von Mitarbeitern konnten hier 2017 bereits zum fünften Mal in den großen Ferien je eine Woche lang jonglieren, balancieren und bei der Abschlussgala brillieren. „Circus ist Lebensfreude, und ich bin beeindruckt von den Fähigkeiten, die die Kinder in nur einer Woche erlernt haben. Von Einradfahren über Jonglieren und Akrobatik ist alles dabei“, sagt CEO Andreas Brandstetter.

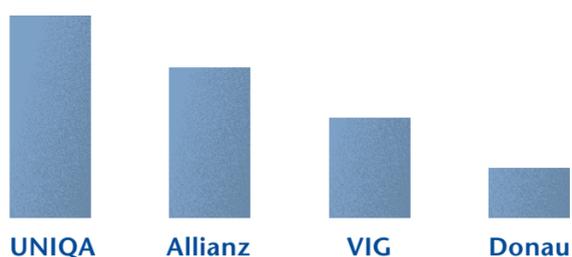
Business Run 2017: Knapp 360 UNIQA Mitarbeiter am Start



Wie bereits im Jahr zuvor war Gabriel Hein (UNIQA Capital Markets), 27, auch der schnellste UNIQA Läufer beim Wien Energie Business Run 2017. In nur 13,29 Minuten kam er ins Ziel des 4,1 Kilometer langen Rennwettbewerbs und holte sich in der Gesamtwertung Platz 32. „Ich war selbst überrascht von meiner Zeit, weil ich eigentlich nicht so viel trainiert habe wie im vergangenen Jahr.“ Die Geheimformel des Topathleten: Intervalltraining und regelmäßiges Laufen. Abgesehen von Hein waren insgesamt 357 UNIQA Läufer am Start – so viel wie noch nie zuvor. Running Captain Kurt Svoboda, CFO/CRO UNIQA Group: „Die Stimmung war wieder super, und es freut mich, dass wir immer mehr Kolleginnen und Kollegen bei UNIQA für den Wettbewerb begeistern können. Das zählt zu 100 Prozent auf unser Unternehmensleitbild ‚sicher, besser, länger leben‘ ein. Mein Ziel für 2018 ist, dass wir die 400er-Marke knacken – dass also mehr als 400 UNIQA Mitarbeiter mitmachen. Wir werden im kommenden Jahr die Werbetrommel noch stärker rühren.“ Aus dem UNIQA Vorstand waren drei Mitglieder beim Bewerb vertreten: Kurt Svoboda, Wolfgang Kindl und Erik Leyers.

Die schnellsten Versicherungen

Vergleich der Topversicherungen in Österreich¹⁾



¹⁾ Nach Marktanteil lt. www.asscompact.at/nachrichten/das-sind-die-versicherer-mit-den-hoehsten-marktanteilen



Jede Bewegung hilft!

Unter diesem Motto konnten Mitarbeiter von UNIQA und SPAR seit Jahresbeginn 2017 Sport und Soziales verbinden. Denn für jeden gelaufenen Kilometer sammelten sie auf moveeffect.com Spenden für RETTET DAS KIND. Andere Sportarten wurden ebenfalls in Bewegungskilometer umgerechnet. Das Ziel von 50.000 Bewegungskilometern erreichten die Sportler bereits vor dem geplanten Ende am 31. Mai. „Mit der Aktion wollten wir unsere Mitarbeiter zu mehr Bewegung motivieren und ihr Gesundheitsbewusstsein positiv beeinflussen. Für viele hat die Spende einen wichtigen Anreiz gegeben, um mit Sport zu beginnen“, sagt Brigitte Vesely, Geschäftsführerin von UNIQA Health Services. „In unserer SPAR Health Coach App begleiten wir mit richtiger Bewegung, Ernährung, mentaler Fitness und Vorsorge zu einem gesunden Lebensstil. Über die Bilanz konnten wir täglich verfolgen, wie wir unserem Spendenziel immer näher kommen“, so Renate Fellner-Färber, Leiterin des SPAR Gesundheitsmanagements. Insgesamt haben sich die Sportlerinnen und Sportler zwischen Jahresanfang und Ende Mai 6.194 Stunden bewegt, über 116.000 Höhenmeter absolviert und 3,7 Millionen Kalorien verbrannt. Die beliebtesten Sportarten waren Laufen, Walken und Radfahren.

10.000 EURO FÜR KINDER IN SCHWIERIGEN SITUATIONEN

Die Aufgabenbereiche der Kinderhilfsorganisation RETTET DAS KIND Österreich sind vielfältig. Sie erstrecken sich von der Behindertenarbeit, der Betreuung sozial gefährdeter Kinder, der Vermittlung von Patenschaften bis zur Einzelfallhilfe für Familien in Not. „Die großzügige Spende von SPAR und UNIQA unterstützt unsere regionalen Organisationen in den Bundesländern“, erklärt Walter Paulhart, Generalsekretär von RETTET DAS KIND Österreich. In Wien und Salzburg wird die Spende beispielsweise in Sport- und Bewegungsgeräte für den mobilen heilpädagogischen Dienst sowie in Kinderwohngruppen investiert.



Denk RECHENKÖNIG werden...

**Private Krankenversicherung
Jetzt online berechnen!**

Sie möchten gerne wissen, was eine private Krankenversicherung kostet? Jetzt schnell und einfach Prämien online berechnen für:

- Sonderklasse im Spital
- Privatarzt
- Tagegeld
- VitalPlan

www.uniqa.at

Denk

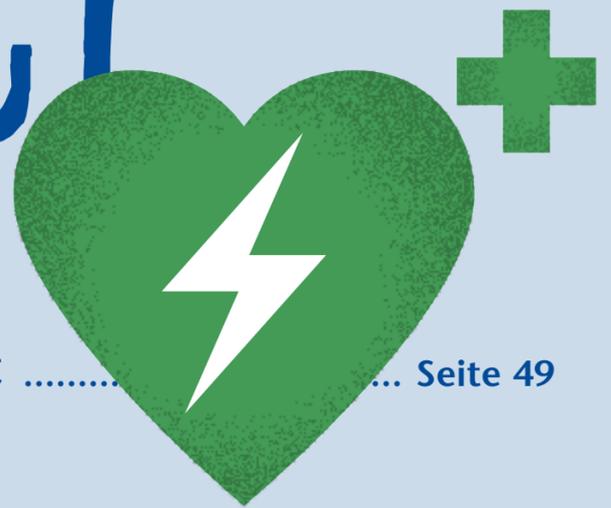


Denk besser

'BESSER' IST
DAS NEUE 'GUT'!



länger



Weltbild 2030: So sehen wir die Zukunft Seite 49
Diese Trends werden die Gesellschaft prägen.

Mobile Gesundheit für alle Seite 50
Mehrere Hunderttausend Gesundheits- und Fitnesstests.

UNIQA macht Olympiasieger Seite 52
Von Matthias Mayer bis zu Schulaktionen. Wir machen Österreich fit.

Grün arbeiten in den UNIQA Büros Seite 54
UNIQA Zentrale und Landesdirektion Steiermark setzen Trends.

Blick in die Zukunft

Weltbild 2030

Wie wird unsere Welt in zwölf
Jahren aussehen?
Welche Trends werden die
Gesellschaft prägen?

Wie wird unsere Welt in zwölf Jahren aussehen? Wie werden Versicherungen verkauft werden? Und wie müssen sich Versicherungen verändern, damit sie von der neuen Welt nicht überrascht werden? Diesen Fragen geht bei UNIQA ein Team rund um Andreas Rauter nach. Es durchleuchtet Trends und versucht zu verstehen, wie die Jugend tickt und was sie, wenn sie einmal erwachsen ist, beschäftigen wird. Indem sie eine langfristige Sicht über 20 bis 30 Jahre einnehmen, skizzieren die Mitglieder des Teams ein Weltbild. Dieses soll die Grundlage sein, um in einem zweiten Schritt die Chancen und Wertschöpfungspotenziale für eine Versicherung herauszuarbeiten. Daraus wird eine nachhaltige Position abgeleitet.

Trends, die das Leben in ferner Zukunft speziell in Europa prägen werden, sind die Überalterung der Gesellschaft, Auswirkungen der Erderwärmung auf die Wasserknappheit in Südeuropa (z. B. Landwirtschaft in Spanien), der verstärkte Zuzug in urbane Lebensräume und eine weitere Fortsetzung der Globalisierung. Weiters überlagern die Megatrends Innovation/Digitalisierung/Konnektivität, Global Networking & Sharing Knowledge genauso wie das erhöhte Bewusstsein für ein nachhaltiges Wirtschaften diese Entwicklung.

Szenario 1 – Weltbevölkerung

Frauen haben sich in vielen Teilen der Welt emanzipiert, viele von ihnen verwirklichen sich im Beruf. Das hat zur Folge, dass weniger Kinder geboren werden. Die Weltbevölkerung wächst daher immer langsamer, die Wachstumsraten gehen am stärksten dort zurück, wo sie zuvor am höchsten waren.

Szenario 2 – Migration

Menschen, die vor dem Krieg nach Europa flohen, kehren wieder zurück in ihre Heimatländer. Jene Länder, die zuerst mit der Zuwanderung vor großen Herausforderungen standen, haben nun erneut mit der Abwanderung zurück in die Ursprungsländer zu kämpfen.

Szenario 3 – Urbanisierung

Die Städte wachsen aufgrund besserer Rahmenbedingungen weiter, die derzeit knapp 30 Megacities (> 10 Mio. Einwohner) werden bis 2030 auf 40 bis 45 anwachsen.

Szenario 4 – zukünftige Ressourcennachfrage

Die Nachfrage nach Primärenergieträgern wird von aufstrebenden Nicht-OECD-Ländern getrieben. Es entwickelt sich gleichzeitig ein größerer Appetit auf Nahrungsmittel. In der Landwirtschaft wird so viel Wasser verbraucht wie in keinem anderen Wirtschaftszweig. Auch die Wasserknappheit fördert die Urbanisierung, vor allem in Spanien, Portugal und Süditalien spitzt sich die Situation zu.

Szenario 5 – Innovation/Digitalisierung/Konnektivität

Alte Jobs werden durch Maschinen überflüssig. Es eröffnen sich aber auch neue Arbeitsfelder. Das bringt auch Chancen, mit frei werdenden Ressourcen neue Dienstleistungen zu entwickeln.





UNIQA Mobile HealthCheck

Gesundheitservice für Firmenkunden

Mobile Gesundheits- und Fitnessstests direkt vor der Haustür – ein wichtiger Beitrag für ein sicheres, besseres und längeres Leben.

Mit dem UNIQA Mobile HealthCheck können UNIQA Kunden bzw. deren Mitarbeiter ihre Gesundheit und Fitness überprüfen lassen. „Nach gut zehn Jahren haben wir den UNIQA VitalTruck in Pension geschickt und bieten nun in neuen mobilen Gesundheitsboxen Fitnessstests und Vorsorgechecks an. Ein Lkw bringt die Boxen dabei direkt vor Unternehmen“, sagt Peter Eichler, Vorstand Personenversicherung. Die Vorteile des neuen Gesundheitstrucks liegen auf der Hand: technische Geräte auf dem neuesten Stand, mehr Platzangebot mit bis zu 70 Quadratmetern und ein in-

Seit 2005 wurden im UNIQA Fitness Truck rund 60.000 Fitnessprofile erstellt.

dividuelleres Angebot für die Kunden. Mit dem UNIQA Mobile HealthCheck können jetzt drei unterschiedliche Programme angeboten werden: das FitnessProfil, der Rücken Check sowie ein Vorsorge Check. Eichler: „Die Gesundheitsboxen können vor allem von Firmen gemietet werden, um ihren Mitarbeitern einen Check im Rahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung anzubieten.“ Eine eigene Stromversorgung, Klimaanlage, Tageslicht und Fußbodenheizung garantieren den Testpersonen eine angenehme und komfortable Atmosphäre.

Bereits 2005 startete der erste VitalTruck, das rollende Fitnessprofil, erstmals die Motoren, um das Gesundheits- und Fitness-Bewusstsein in Österreichs Unternehmen zu fördern und diese in der betrieblichen Gesundheitsförderung zu unterstützen.

Eingerichtet für einen kompletten Fitnesscheck, war der VitalTruck bis Herbst vergangenen Jahres im Einsatz. In dieser Zeit wurden im VitalTruck 60.000 Fitnessprofile erstellt und über 150.000 Kilometer zurückgelegt. Den Testpersonen wurde dabei geholfen, ihren Trainingszustand einzuschätzen und zu verbessern. Außerhalb von Österreich tourte der VitalTruck durch Albanien, Montenegro, Serbien, Polen, Deutschland, Kroatien, Italien, Bosnien und Ungarn.

Außerdem bietet der neue UNIQA Mobile HealthCheck einen barrierefreien Zugang. Mit an Bord sind bis zu 18 Personen: Ein professionelles Team aus Ärzten, UNIQA VitalCoaches und Assistenten führt die Checks durch und berät über Gesundheitsvorsorge und Lebensstil.



Fitness powered by UNIQA

Mit dem Zusatzbaustein VitalPlan bietet UNIQA allen Kunden in Österreich ein Gesundheits- und Wellnesspaket, das jeder zusätzlich zu einem bestehenden Produkt der Krankenversicherung abschließen kann. Wer das Wohlfühlpaket bucht, hat Anspruch auf Fitnessbetreuung durch VitalCoaches, auf Vorsorgeuntersuchungen (VitalCheck) und auf einen Aufenthalt in VitalHotels. „Mehr als 60.000 Krankenversicherungskunden haben den Zusatzbaustein, der seit dem Jahr 2004 angeboten wird, bereits abgeschlossen“, freut sich Peter Eichler. Am häufigsten wird übrigens der Hotelgutschein für zwei, der alle zwei Jahre in Anspruch genommen werden kann, eingelöst. Zur Auswahl stehen rund 200 VitalPlan Hotels in ganz Österreich und in Italien. Wer sich nicht für das Hotel entscheidet, kann stattdessen auch einen VitalCheck machen. Jährlich übernimmt die Versicherung zusätzlich die Kosten von insgesamt sechs VitalCoach-Einheiten. „Hier können unsere Kunden jeweils eine Stunde mit einem Fitnesstrainer trainieren. Der VitalPlan zielt auch darauf ab, präventiv vorzusorgen, damit es gar nicht zu einem Ernstfall kommt. Wir wollen unsere Kunden dadurch motivieren, fit und gesund zu bleiben“, sagt Eichler. Übrigens: Die Prämie für das Zusatzpaket VitalPlan liegt nur bei 13 Euro monatlich.

Mehr Infos finden sich auch im Internet auf www.uniqua.at → Privatkunden → Gesundheit → VitalPlan

TIPPS VOM PROFI IN SACHEN ERNÄHRUNG, BEWEGUNG UND MENTALE FITNESS

„Wer gesünder lebt und mehr Sport treibt, lebt länger und kann sein Leben besser genießen. Genau dabei wollen wir unsere Kunden unterstützen“, sagt Peter Eichler. Mit rund 100 VitalCoaches, die UNIQA Kunden dabei helfen, fit zu bleiben, fördert UNIQA die Gesundheitsprävention. Anspruch auf Gutscheine, die bei den VitalCoaches eingelöst werden können, haben Kunden, die den Zusatzbaustein VitalPlan (siehe oben) oder eine Sonderklasseversicherung der Familie Select PLUS abgeschlossen haben. VitalCoaches decken drei Felder aus dem Bereich Gesundheit ab: Ernährung, Bewegung sowie mentale Fitness. Eichler: „Die VitalCoaches beraten, wenn unsere Kunden Fragen zur gesunden Ernährung haben, genauso wie wenn sie einfach jemanden benötigen, um beim Sport ihren inneren Schweinehund zu besiegen.“



Burgenland: UNIQA Defis retten Leben

Gemeinsam mit der Landespolizeidirektion Burgenland hat UNIQA 2017 insgesamt fünf Dienstfahrzeuge mit lebensrettenden Defis ausgestattet. „Wenn wir mit dieser Aktion ein Menschenleben retten können, hat sich die Investition gerechnet“, so Landesdirektor Alfred Vlcek.

*„Durch die Finanzierung der Defis
in fünf Polizeifahrzeugen machen
wir das Burgenland einen weiteren
Schritt sicherer.“*

Alfred Vlcek
UNIQA Landesdirektor

Mehr als 12.000 Österreicher sterben jedes Jahr am plötzlichen Herztod. Je rascher geholfen wird, desto größer ist die Chance auf Rettung. Laiendefibrillatoren – oder kurz Defis – sind wichtige Hilfsmittel im Kampf gegen den plötzlichen Herztod. Je eher ein Ersthelfer das behandlungsfreie Intervall bis zum Eintreffen der Rettung verkürzt, desto größer die Chancen des Betroffenen. Die Polizei Burgenland ist nah am Bürger und daher sehr oft als Erster an der Notfallstelle.



UNIQA Mobile HealthChecks im Überblick

FitnessProfil

Das UNIQA FitnessProfil testet Ausdauer, Beweglichkeit und Koordination. Gemessen werden auch Körperfett, Blutdruck und die Rumpfkraft. Eine weitere Teststation ist das Wirbelsäulenscreening. Gleich nach den Tests besprechen Kunden mit dem UNIQA VitalCoach die Ergebnisse des FitnessProfils und bekommen Tipps für einen gesunden Lebensstil.

Vorsorge Check

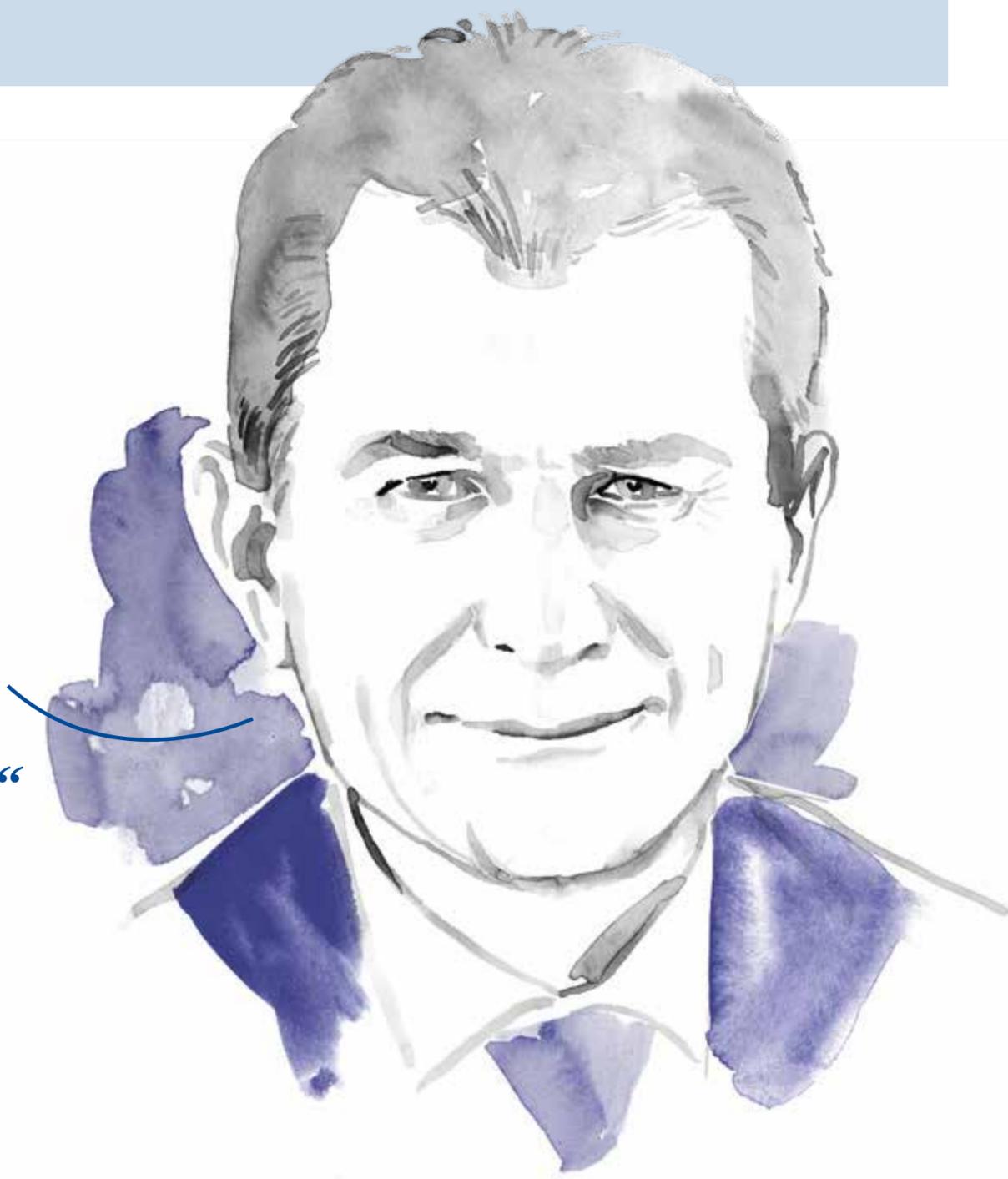
Beim Vorsorge Check erfahren Kunden mehr über ihre Gesundheit. Qualitativ hochwertige Testmethoden (z. B. Organ-screaming mittels Ultraschall, Venencheck, Augenuntersuchung u. v. m.) und modernste Untersuchungsgeräte kommen dabei zum Einsatz. Ein Arzt berät und gibt Empfehlungen zur weiteren Abklärung bei auffälligen Befunden.

Rücken Check

Beim Rücken Check steht die Rückengesundheit im Mittelpunkt. Überprüft werden Körperhaltung, Rumpfkraft sowie Beweglichkeit und Form der Wirbelsäule. In der individuellen Beratung zeigt der UNIQA VitalCoach Übungen zur Kräftigung und Dehnung des Rückens und beantwortet alle Fragen.

„Sponsoring ist ein Teil unserer Öffentlichkeitsarbeit. Damit möchten wir neue Kunden in Österreich auf uns aufmerksam machen und für uns gewinnen.“

Kurt Svoboda
CEO UNIQA Österreich



Sport, Kunst und soziale Anliegen

Mayer holt Gold

Matthias Mayer holt Gold im Super-G von Pyeongchang und beerbt damit Hermann Maier. Und Matthias ist UNIQA Testimonial. Seit August 2014 ist UNIQA sein Sponsor. Er fährt seitdem nicht nur mit einem blauen Helm, sondern trägt auch das Logo. Knapp bevor sich UNIQA dazu entschloss, Matthias zu unterstützen, wurde der Sportler in Sotschi schon einmal Olympiasieger, damals in der Abfahrt. Matthias ist somit Doppelympiasieger. „Die vergangene Rennsaison 2016/17 ist für mich ganz unter dem Motto ‚Comeback‘ gestanden. Der Sieg beim Super-G in Kitzbühel und damit die Goldene Gams waren für mich Belohnung für viel körperliche und mentale Arbeit, aber auch gleichzeitig Startschuss für Kommendes“, sagt Mayer.



Tina Hötendorfer: Ausstellung im UNIQA Tower



Vor ziemlich genau zehn Jahren ist Tina Hötendorfer von Rollin'Art zum letzten Mal die Stufen hinuntergegangen. Dann passierte es: Beim Snowboardfahren bricht sie sich den sechsten Halswirbel und ist seit damals querschnittgelähmt. Doch sie gibt trotz des schweren Schicksals nicht auf, sondern wird Künstlerin. Im Jänner 2018 war die gebürtige Tirolerin zu Gast im UNIQA Tower, um ihre Bilder unter dem Motto „Es sind die kleinen Dinge im Leben“ auszustellen. Peter Eichler, Vorstand Personenversicherung, begrüßte die geladenen Gäste. „Ich freue mich sehr, dass wir heute diese Bilder sehen können. Sie zeigen, was Lebensfreude bedeutet und welchen Mut Menschen haben, die sich wieder zurück ins Leben kämpfen.“ Tinas Kunst kann unter www.rollin-art.at bewundert werden.

UNIQA rettet First Vienna



Der Wiener Traditions-Fußballklub First Vienna FC 1894 ist dank UNIQA wieder zurück auf dem Rasen. Als Sanierer des angeschlagenen Vereins schickte UNIQA Vorstandsmitglied Kurt Svoboda in das Präsidium des Klubs. Im Gegenzug prangt nun das Logo von UNIQA auf der Brust der Spielerdressen sowie auf der Trainingsbekleidung. „Das Sanierungskonzept hat uns überzeugt. Als neuer Hauptsponsor wollen wir auch im Präsidium der Vienna vertreten sein und das Mitspracherecht aktiv nutzen. Wir werden uns im finanziellen Bereich einbringen und wollen gemeinsam Zukunftskonzepte für die Förderung des Kinder- und Jugendfußballs voranbringen“, sagt Kurt Svoboda.

Fußball ist eine Disziplin, die seit Jahrzehnten Bestandteil des Sponsoringkonzepts von UNIQA Österreich ist. „Als größter Gesundheitsversicherer Österreichs mit einem Marktanteil von 46 Prozent geht es uns darum, Menschen zu sportlicher Aktivität zu motivieren, und eine Fußballmannschaft ist der Spiegel dafür, was es heißt, in einem Team zusammenzuhalten“, sagt Svoboda.

Jugendförderung am Beispiel Mädchenfußball



Der österreichische Frauenfußball hat bei der Weltmeisterschaft im vergangenen Jahr Geschichte geschrieben, haben „unsere“ Fußball-Ladys doch den dritten Platz errungen. Eine Sensation, bedenkt man, dass das Fußballteam der Männer bei der WM 2016 ausgeschieden ist. „Wir haben den Trend bereits vor Jahren erkannt und uns damals entschieden, als Sponsor des Mädchenfußballs in Schulen aufzutreten“, sagt Carl Gabriel, Sponsoring-Chef von UNIQA Österreich. Mit umfassenden präventiven Leistungen setzt sich UNIQA Österreich schon lange für die Gesundheitsvorsorge bei Kindern und Jugendlichen ein.

Denn ein gesunder Lebensstil muss von Anfang an gefördert werden. Aktive Kinder und Jugendliche entwickeln sich zu bewegten und bewegenden Erwachsenen, die die Zukunft mitgestalten. Gezielte Sponsoringmaßnahmen und die Unterstützung schulischer Aktivitäten bei diesen Zielgruppen erachten wir als sinnvolle und authentische Strategie. Wir engagieren uns bei zahlreichen österreichischen Schülerligen, darunter der Handball-Schulcup in Feldkirchen, der Schulbeachcup am Silbersee in Villach, die Mädchenfußball-Liga in Villach, die Schoolchampionship Buben (Volleyball) in Feldkirchen oder die Basketball-Schülerliga in Feldkirchen.

ÖFB-Cup: Ankick mit UNIQA



Seit März 2017 ist UNIQA für fünf Jahre Hauptsponsor und daher auch Namensgeber des UNIQA ÖFB Cup. „Im Sommer Fußball und im Winter Skifahren – das sind die Lieblingssportarten der Österreicherinnen und Österreicher. Ab heuer hat UNIQA durch die starke Präsenz im Fußball und im Skisport die beiden populärsten Sportarten Österreichs im Sponsoringportfolio“, begründet Kurt Svoboda das neu eingegangene Engagement. UNIQA und der ÖFB gehen bewusst moderne Wege, um neben den bestehenden Fans auch neue Zielgruppen zu erreichen. UNIQA ist Betreiber und Medieninhaber einer eigenen UNIQA ÖFB Cup Facebook-Seite, eines eigenen UNIQA ÖFB Cup Instagram-Accounts und eines eigenen UNIQA ÖFB Cup YouTube-Channels, die wiederum in eine eigene Website www.uniqaoefbcup.at führen.

Reden ist Gold

Österreich ist es, Wien ist es, und die Finalisten sind es sowieso: mehrsprachig und multikulturell. Genau um dieses Miteinander zu fördern, hat der Verein Wirtschaft für Integration den Redewettbewerb SAG'S MULTI ins Leben gerufen. UNIQA Österreich ist Hauptsponsor des Redewettbewerbs. Bereits zum neunten Mal fand der Wettbewerb 2017 statt, bei dem junge Menschen in ihrer Rede zwischen zwei Sprachen wechseln müssen.



53 Sprachen waren im Schuljahr 2017/18 inklusive Deutsch zu hören, von Albanisch, Arabisch, Serbisch, Englisch, Paschtu, Hebräisch, Türkisch bis Urdu, Vietnamesisch und Visaya – die Palette ist weit gefächert. 592 Schülerinnen ab der siebten Schulstufe wurden von ihren Schulen nominiert. Sie stammen zu einem großen Teil aus zugewander-

ten Familien und kommen aus allen Bundesländern. Ab dem 20. Februar 2018 traten die Finalisten in drei Runden in den rhetorischen Wettstreit.

Am 12. März 2018 wurden im Wiener Rathaus die Sieger geehrt. Kurt Svoboda: „Ich bin überwältigt, wie toll und wie mutig die heutige Jugend ist und denkt.“



Vital4Brain: Mehr Bewegung für Schulen

Vital4Brain ist ein Bewegungsprogramm für den Unterricht, mit 150 Vital4Brain-Übungen, die nach neuesten trainingswissenschaftlichen und neurobiologischen Gesichtspunkten zu Vital4Brain-Einheiten zusammengestellt wurden, um die Lern- und Konzentrationsfähigkeit bei Schülern maßgeblich zu verbessern. „In meiner Karriere habe ich jeden Tag erlebt, wie wichtig Bewegung ist. Für die Konzentration. Für die Leistung. Für den Erfolg“, zeigt sich Kurt Svoboda beeindruckt. UNIQA sponsert das Projekt.

Tipps für Schulen und die ganze Familie

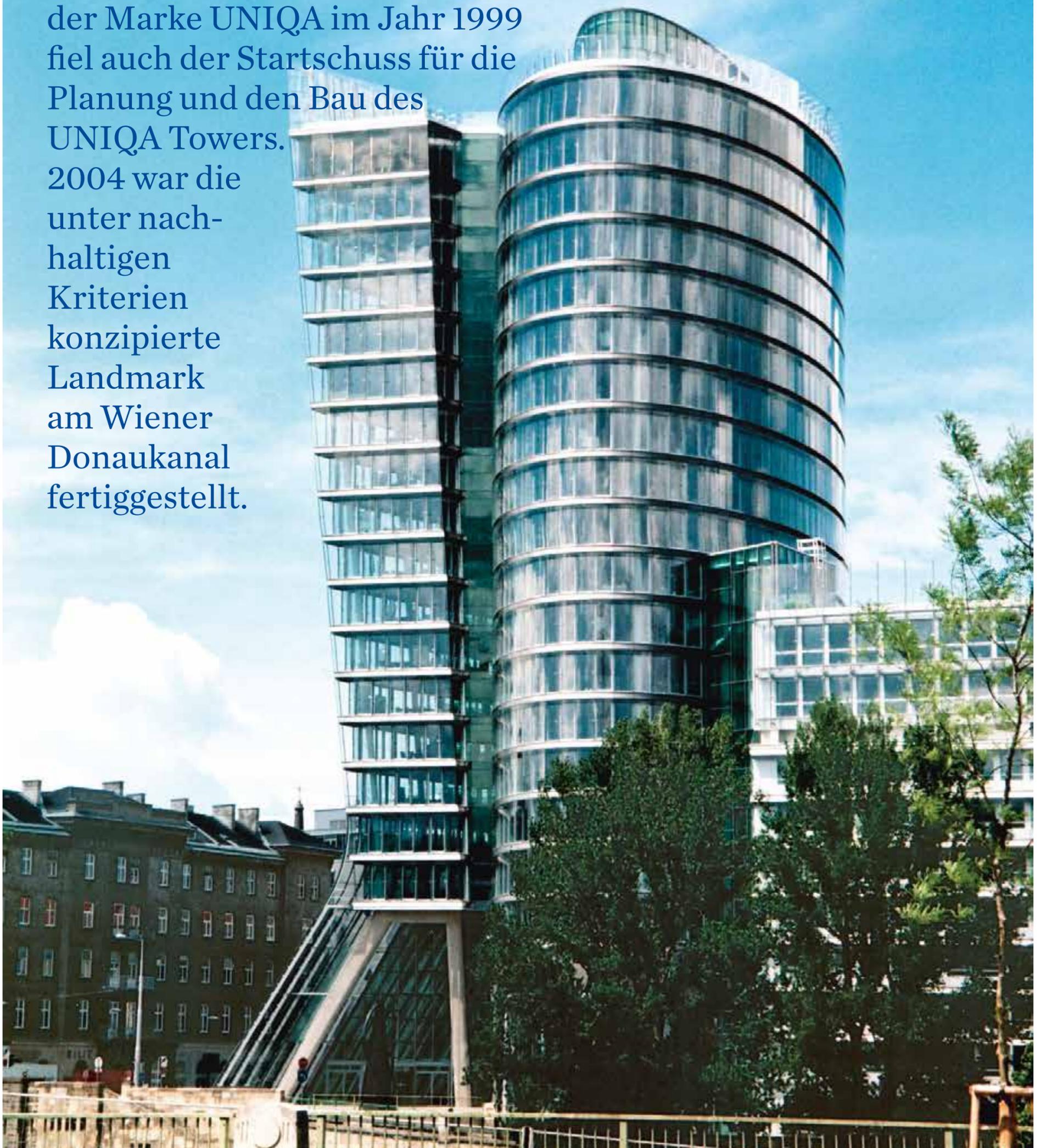


Kindern von klein auf die Bedeutung eines gesunden Lebensstils zu vermitteln, ist eine Aufgabe, die uns alle betrifft. Engagieren wir uns daher gemeinsam für die Gesundheit unserer Kinder und Jugendlichen. Wir haben Familien- und Schulprojekte im Programm, die sich mit Bewegung, Ernährung, mentaler Stärke und Medienkompetenz beschäftigen. Für die ganze Familie schlägt etwa Josef Floh (Ehemann, Vater, Haubenkoch) Rezepte zum Nachkochen vor. Alle Aktivitäten können unter www.uniqafitaufwachsen.at nachgelesen und nachgekocht werden.

Ressourcenschonung und Emissionsreduktion

Green Tower

Zeitgleich mit der Schaffung der Marke UNIQA im Jahr 1999 fiel auch der Startschuss für die Planung und den Bau des UNIQA Towers. 2004 war die unter nachhaltigen Kriterien konzipierte Landmark am Wiener Donaukanal fertiggestellt.

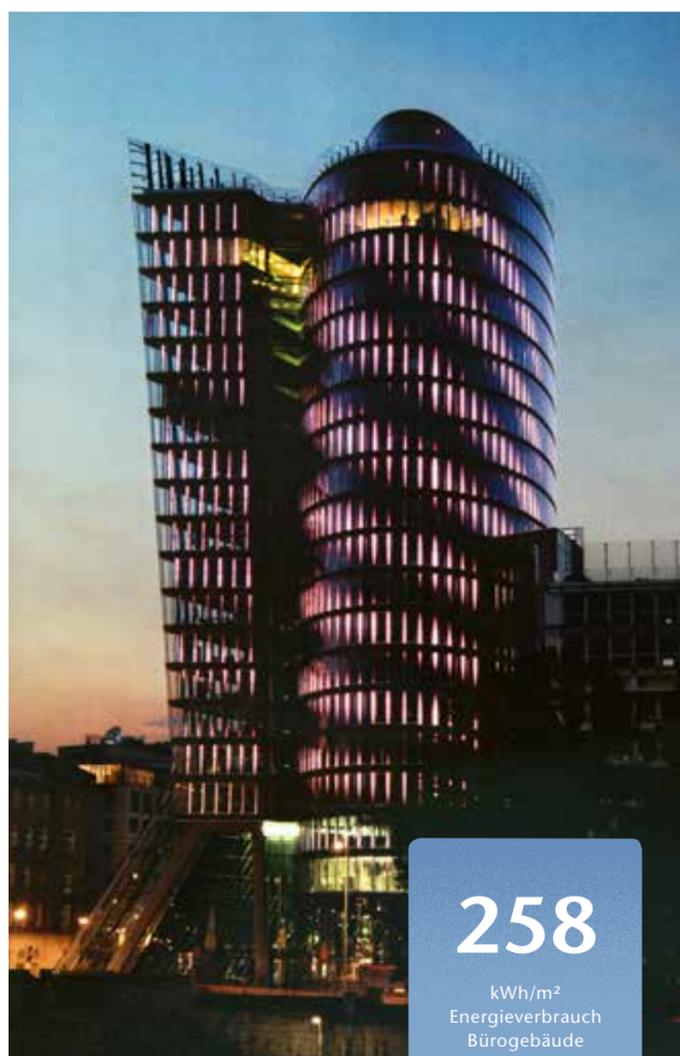


Anfang 1997 beschlossen die „Bundesländer“ und die „Austria Collegialität“, ihren Weg künftig gemeinsam zu gehen. Zeitgleich mit der Schaffung der Marke UNIQA 1999 fiel auch die Entscheidung für den Bau eines neuen Headquarters. Vier Jahre dauerte es, bis der UNIQA Tower am Wiener Donaukanal fertiggestellt war, 2004 erstrahlte er das erste Mal in voller Pracht. Der Tower bietet für 1.100 Mitarbeiter Platz, seine Höhe beträgt 75 Meter. Der Komplex (inkl. Nebengebäude) bezieht 100 Prozent des benötigten Stroms von Stromanbietern, die mit dem Label „Grüner Strom“ ausgezeichnet sind. [GRI 302-1]

Der Tower ist jedoch nicht das einzige Projekt, bei dem sich unser Unternehmen für die Umwelt einsetzt. Zur kontinuierlichen Reduktion des ökologischen Fußabdrucks setzt UNIQA auf eine Steigerung der Energieeffizienz, die verstärkte Nutzung erneuerbarer Energie, eine Reduktion der CO₂-Emissionen, Ressourcenschonung und die Förderung klimafreundlicher Mobilität. Die Verantwortung für Umweltbelange ist direkt dem COO unterstellt und in einen nationalen und internationalen Bereich gesplittet, der übergreifend daran arbeitet, diverse Themen und Maßnahmen für die Gruppe umzusetzen. In Österreich wurden bereits zahlreiche Aktivitäten im Bereich Umwelt und Energie gestartet. Der Aufbau eines Datenmanagements als Basis für die laufende Erfassung unserer internationalen Umweltkennzahlen wird derzeit implementiert, so können wir in den nächsten beiden Jahren alle Headquarter in den Ländern in diese Umweltdatenerfassung integrieren.

Um diese Nachhaltigkeitsinitiativen und die dadurch erzielten Fortschritte transparent und auf vergleichbarer Basis darstellen zu können, ist ein standardisiertes System erforderlich. Deshalb führen wir zurzeit in Österreich ein Energie-Monitoringsystem ein. Dieses System ist eine Plattform für Energiemanagement, Betriebseffizienz und Nachhaltigkeit. Es umfasst zum Beispiel eine automatische Zählerauslesung und Zählerdatenübertragung sowie eine Überwachung der wichtigsten Leistungsindikatoren (Strom, Gas, Fernwärme).

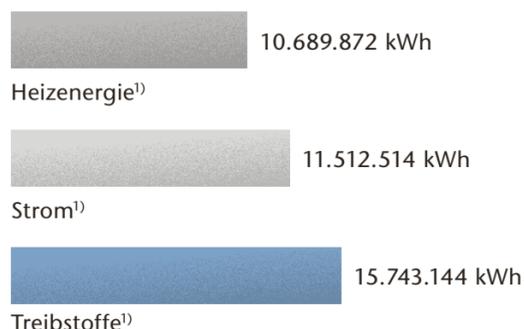
Bei der Beschaffung aller Arten von Büromaterial, Firmenautos, aber auch von Strom und weiterer Energie achten wir auf eine sorgfältige Auswahl unserer Lieferanten. Die Sicherstellung der Einhaltung unserer Einkaufsrichtlinien steht dabei an oberster Stelle. [GRI 102-9]



258

kWh/m²
Energieverbrauch
Bürogebäude

Energieverbrauch [GRI 302-1]



Energieverbrauch gesamt:
37.945.530 kWh

¹⁾ Headquarters AUT, BIH, BGR, HRV, LTV, PL, ROU, CH, SRB, SVK, CZE, HUN

AKTIV GEGEN DEN KLIMAWANDEL

ClimateLaunchpad

Um die Auswirkungen und Herausforderungen des Klimawandels zu minimieren, sind neue Ideen gefragt. Deshalb unterstützt UNIQA den österreichischen Ableger des europäischen Wettbewerbs ClimateLaunchpad, mit dem alljährlich die besten Ideen gegen den Klimawandel gesucht werden. Der ClimateLaunchpad ist ein Programm der Climate Knowledge and Innovation Community (KIC), der größten Klima-Innovationsinitiative der EU. In 30 europäischen Ländern zerbrechen sich Studierende und junge Unternehmen Jahr für Jahr den Kopf, wie dem Klimawandel mit innovativen, umweltfreundlichen Geschäftsideen entgegengewirkt werden kann. Österreich war 2017 zum zweiten Mal bei diesem Wettbewerb vertreten. UNIQA fördert dieses Programm, da es in der Versicherungswirtschaft eine Vielzahl an Herausforderungen gibt, durch die der Klimawandel massiv in die Lebensrealitäten der Kunden hereinspielt. Beispiele dafür sind zunehmende Naturkatastrophen, der Einfluss von Hitze auf die Gesundheit oder Wasserknappheit. [GRI 102-12]

Erstmals stellen wir auf Basis der vorliegenden Umweltdaten für das Geschäftsjahr 2017 den Corporate Carbon Footprint (CCF) für die UNIQA Group dar. Dieser erste CCF quantifiziert den Treibhausgas-Fußabdruck (THG-Fußabdruck) der Headquarter-Aktivitäten für die zwölf Länder im Berichtsumfang und erfasst die unternehmensbedingten und relevanten Treibhausgasemissionen in CO₂-Äquivalenten. In den CCF werden alle Emissionen, die ein Unternehmen direkt oder indirekt verursacht, eingerechnet. Im Rahmen unseres ersten CCF stellen wir in einem ersten Schritt die Scope-1- und die Scope-2-Emissionen dar, für Scope-3 Emissionen wurden ausschließlich die Emissionen aus Flugreisen miteinbezogen. Damit bietet der CCF einen ersten Überblick über betrieblich verursachte Umweltbelastungen und hilft uns, das Energie- und Ressourcenmanagement zu verbessern. [GRI 305-1, 305-2]

Detaillierte Informationen finden Sie auch unter: www.ghgprotocol.org

Unsere Verantwortung im Bereich des Klimaschutzes werden wir 2018 zudem mit dem Beitritt zum Carbon Disclosure Project (CDP) untermauern, in dessen Rahmen immer mehr Unternehmen ihre Umweltdaten veröffentlichen und damit zur Transparenz und Bewusstseinsbildung in Sachen Klimaschutz beitragen. [GRI 102-13]

Die Landesdirektion Steiermark wird grün

Die UNIQA Landesdirektion Steiermark nimmt „GrünstattGrau“ wörtlich und lässt die Fassade der Landesdirektion begrünen. Denn laut Prognose werden bis 2050 schon 75 Prozent aller Menschen in Städten leben. Je dichter die Menschen zusammenwohnen, desto weniger Grünflächen gibt es. Der Nachteil: Dicht besiedelte Gebiete heizen sich übermäßig auf. „Um dieser Entwicklung entgegenzuwirken, haben wir uns dazu entschieden, die Fassade unserer Landesdirektion zu begrünen und damit einen positiven Beitrag zum Kampf gegen den Klimawandel

zu leisten. Wir sind das erste Unternehmen in Graz, das in einem Gebäude, das fast 40 Jahre alt ist, einen Schritt in Richtung Klimaschutz geht. Zudem bauen wir auf einer Fläche von 300 Quadratmetern eine Fotovoltaikanlage, die etwa die Hälfte des Strombedarfs am Standort abdecken wird. Damit tragen wir nicht nur dazu bei, dass weniger CO₂ ausgestoßen wird, sondern schaffen auch einen städtebaulichen Akzent“, sagt Johannes Rumpl, Landesdirektor in der Steiermark. UNIQA nimmt damit eine Vorreiterrolle in Graz ein. Die Fertigstellung ist für Herbst 2018 geplant.



*Gut für die Umwelt
und noch dazu
ein „Hingucker“:
die begrünte Fassade
von UNIQA
in Graz.*

(3D-Illustration)



Umweltfreundlich unterwegs

Platz eins für den CO₂-Verbrauch

Elf der insgesamt 174 Firmenfahrzeuge von UNIQA fahren heute bereits mit Strom. Auch dadurch reduziert sich der CO₂-Ausstoß der UNIQA Flotte laufend. Mit durchschnittlich 109 Gramm pro Kilometer liegt er bereits deutlich unter dem gesamtösterreichischen Mittelwert.

Die Firmenflotte von UNIQA zählt insgesamt 174 Firmenfahrzeuge. Seit 2012 gelten für sie neue Richtlinien, die den erlaubten CO₂-Ausstoß exakt festlegen. Das ambitionierte Ziel des Fuhrparkmanagements dabei: den CO₂-Ausstoß pro Jahr um mehr als 3 Prozent zu senken.¹⁾ Waren es 20152) noch 119 Gramm CO₂ pro Kilometer, die ein UNIQA Dienstwagen im Schnitt emittierte, ging dieser Wert 2016 bereits auf 115 Gramm (minus 3,36 Prozent) zurück. Damit landete UNIQA erneut auf Platz eins der Raiffeisen Klimaschutz-Initiative (RKI) – einer Nachhaltigkeitswertung, an der insgesamt 21 Raiffeisen Mitgliedsunternehmen teilgenommen hatten. Für 2017 wurde ein durchschnittlicher Wert von 109 Gramm (minus 5,21 Prozent) CO₂ pro Kilometer erreicht. Jene Dienstfahrzeuge, die mit rund 209 Gramm CO₂-Verbrauch die rote Laterne im internen Kohlendioxid-Ranking tragen, stehen damit bereits fix auf der Austauschliste. [GRI 302-1]

Derzeit fahren elf der 174 Firmenautos von UNIQA in Österreich mit Strom. Mitarbeiter, die ganz auf ein Auto verzichten, erhalten beim Kauf von Öffi-Netzkarten einen Zuschuss.

Ein bereits in die Jahre gekommener Transport-Pkw wurde 2017 gegen einen Elektrotransporter ausgetauscht, gerade für den Wiener Standort ein wichtiger Schritt in Sachen E-Mobilität und Stadtverträglichkeit. Doch auch Privatinitiativen finden bei UNIQA ihren Raum: Ein Beispiel dafür ist ein UNIQA Mitarbeiter, der vor zwei Jahren ein E-Auto angeschafft und im Zusammenhang damit viel theoretisches Wissen und praktische Erfahrung gesammelt hat. Aus der Überzeugung heraus, dass neben der mangelnden Infrastruktur auch das mangelnde Wissen über Elektroautos deren Verbreitung be-



hindert, bietet er Mitarbeitern der Zentrale nun Probefahrten an. Die Kollegen erleben das Auto dadurch auf jenen Strecken, die sie am häufigsten frequentieren, und nehmen gleichzeitig wahr, wie es um die Infrastruktur in der Umgebung bestellt ist.

AKTION E-BIKE

„Den Verkehr ein Stück umweltfreundlicher machen“ – unter diesem Motto unterstützt UNIQA Österreich Mitarbeiter beim Kauf von Qualitäts-E-Bikes. Im Jahr 2017 wurden in Summe 12.000 Euro an Mitarbeiter zur Förderung von E-Bikes ausbezahlt. Bereits zum zweiten Mal wurden 2017 pro Landesdirektion und für den UNIQA Tower nach dem Motto „First come, first served“ solche Förderungen vergeben.

Und damit die Fahrräder auch genug Platz finden, steht im UNIQA Tower seit März 2017 ein neuer Fahrradraum mit 80 Fahrradabstellplätzen zur Verfügung. Er ist doppelt so groß wie der alte, bietet zehn Ladestationen für E-Bikes, und für kurzfristig nötige Reparaturen steht zudem ein Werkzeugkoffer bereit.

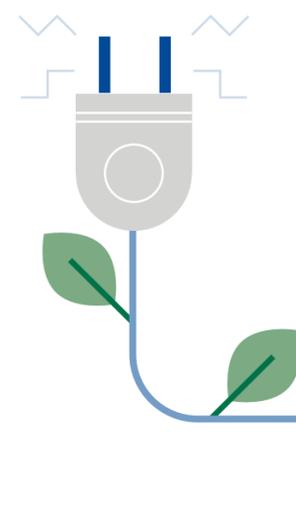
Ebenfalls seit 2017 stehen für Mitarbeiter der Zentrale fünf E-Bikes und fünf E-Scooter für Dienstwege in Wien zur Verfügung.

¹⁾ Der CO₂-Ausstoß misst, wie viel Kohlendioxid pro Liter verbranntem Benzin freigesetzt wird. Als Faustregel gilt: Je weniger Kraftstoff ein Kfz auf 100 Kilometer benötigt, desto geringer ist auch der Kohlendioxid-Ausstoß.

²⁾ 2015 betrug der durchschnittliche Wert der CO₂-Emissionen aller neuen Pkw in Österreich laut Ministerium für ein lebenswertes Österreich 123,7 Gramm pro Kilometer.

E-Bikes und U-Carver für Mitarbeiter

Neben den fünf E-Bikes können Mitarbeiter jetzt auch fünf U-Carver (Elektromoller) ausborgen. UNIQA setzt damit ein weiteres Signal in Richtung umweltfreundliche Mobilität. Die fünf E-Roller stehen in der Ladestation vor dem Haupteingang des UNIQA Towers, den Verleih übernimmt die Rezeption. Zur Verfügung stehen die Gefährte gegen eine Unterschrift zwischen 7 und 18 Uhr. Das Prinzip, nach dem die schicken Flitzer verborgt werden, ist „First come, first served“.



Prämienvorteil für E-Autos und E-Bikes

Zur Reduktion der Umweltbelastung hat UNIQA den Trend in Richtung E-Mobility von Anfang an unterstützt. Wir belohnen daher umweltbewusste Kunden mit rein elektrisch angetriebenen Kraftfahrzeugen durch einen Nachlass von 25 Prozent auf ihre Kfz-Haftpflichtprämie.

Kennzahlen Umwelt 2017

Die Tabelle zeigt
die UNIQA
Nachhaltigkeits-
projekte in Zahlen.

ENERGIEVERBRAUCH GESAMT¹⁾ [GRI 302-1]

Angaben in kWh

Heizenergie	10.689.872
Strom	11.512.514
Mobilität	15.743.144
ENERGIEVERBRAUCH GESAMT	37.945.530

ENERGIEVERBRAUCH BÜROGEBÄUDE¹⁾ [GRI 302-1]

Gesamtfläche in m ²	85.926
Energieverbrauch in kWh/m ²	258

MOBILITÄT – GEFAHRENE KILOMETER²⁾ [GRI 302-1]

Gefahrene Kilometer (Diesel)	15.252.950
Gefahrene Kilometer (Benzin)	6.729.977
GEFAHRENE KILOMETER GESAMT	21.982.927

¹⁾ Die dargestellten Zahlen beinhalten die Daten der Headquarter der folgenden Länder: Österreich, Bosnien und Herzegowina, Bulgarien, Kroatien, Liechtenstein, Polen, Rumänien, Schweiz, Serbien, Slowakei, Tschechien und Ungarn. Der Stichtag für die berichteten Werte ist der 31.12.2017.

²⁾ Folgende Länder sind enthalten: Österreich, Bosnien und Herzegowina, Bulgarien, Kroatien, Liechtenstein, Polen, Rumänien, Schweiz, Serbien, Slowakei, Tschechien und Ungarn.

UNIQA CORPORATE CARBON FOOTPRINT [GRI 305-1, 305-2]

UNIQA CO₂-Emissionen, Angaben in t CO₂eq¹⁾

Direkte Emissionen (Scope 1)	Heizung ²⁾	138
	Fahrzeuge	4.298
Energie indirekte Emissionen (Scope 2)	Elektrizität ³⁾	1.996
	Fernwärme	1.466
Andere indirekte Emissionen (Scope 3)	Flugreisen ⁴⁾	406
GESAMTE CO₂-EMISSIONEN (in t CO₂eq)		8.304

¹⁾ Daten (ausgenommen Mobilität) beziehen sich nur auf die Werte der Headquarter der folgenden Länder: Österreich, Bosnien und Herzegowina, Bulgarien, Kroatien, Tschechien, Ungarn, Liechtenstein, Polen, Rumänien, Schweiz, Serbien, Slowakei.

²⁾ Heizung: ausgenommen Bulgarien und Kroatien

³⁾ Elektrizität: Diese Daten wurden anhand des Market-based Approach berechnet, mit Ausnahme von Serbien, Ungarn und Rumänien. Die Scope-2-Emissionen des Location-based Approach ergeben 3.281 t CO₂eq.

⁴⁾ Scope 3 Flugreisen: ausgenommen Liechtenstein

PAPIERVERBRAUCH¹⁾ [GRI 301-1]

Angaben in kg

Mit Umweltzeichen	173.630,87
Ohne Umweltzeichen	65.583,50
GESAMT	239.214,37

PAPIERVERBRAUCH PRO MITARBEITER¹⁾ [GRI 301-1]

Angaben in kg

Mit Umweltzeichen	40,5
Ohne Umweltzeichen	15,3
GESAMT	55,8

¹⁾ Die dargestellten Zahlen beinhalten die Daten der Headquarter der folgenden Länder: Österreich, Bosnien und Herzegowina, Bulgarien, Kroatien, Liechtenstein, Polen, Rumänien, Schweiz, Serbien, Slowakei, Tschechien und Ungarn. Der Stichtag für die berichteten Werte ist der 31.12.2017.

GRI Content Index

Option „Core“

Allgemeine Standardangabe	Kurzbezeichnung zur jeweiligen Angabe	Anmerkung/Auslassung	Seite im Bericht
Organisationsprofil			
102-1	Name der Organisation		4
102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen		4
102-3	Ort des Hauptsitzes		4
102-4	Betriebsstätten		4
102-5	Eigentum und Rechtsform		10
102-6	Bediente Märkte		4
102-7	Größenordnung der Organisation		4
102-8	Informationen über Angestellte und andere Mitarbeiter	Aufgrund der Datenlage werden die Unterteilungen in Vollzeit-/Teilzeit- bzw. befristete/unbefristete Arbeitskräfte sowie die Unterteilung nach Regionen bis zum nächsten Nachhaltigkeitsbericht ergänzt.	18, 19
102-9	Lieferkette		4, 23, 55
102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette		4
102-11	Vorsorgeprinzip oder Vorsichtsmaßnahmen		23
102-12	Externe Initiativen		55
102-13	Mitgliedschaft in Verbänden		55
Strategie			
102-14	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers der Organisation		1
102-15	Wesentliche Auswirkungen, Risiken und Chancen		22, 23
Ethik und Integrität			
102-16	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	Link zum CoC: www.uniqagroup.com/gruppe/versicherung/corporate-responsibility/compliance/code_of_conduct.html.de.html	9, 20
Unternehmensführung			
102-18	Führungsstruktur		8
Einbindung von Stakeholdern			
102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen		12
102-41	Tarifverhandlungen	Prozentsatz der Belegschaft, die von Kollektivvereinbarung erfasst ist: 100 %	58
102-42	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	Analyse der Stakeholder im CSR-Team in Abstimmung mit dem Vorstand	58
102-43	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	Insgesamt wurden ca. 7.000 Stakeholder befragt – siehe Grafik Stakeholder	14

Allgemeine Standardangabe	Kurzbezeichnung zur jeweiligen Angabe	Anmerkung/Auslassung	Seite im Bericht
102-44	Wichtigste Themen und Anliegen der Stakeholder	Siehe Wesentlichkeitsmatrix	3, 14

Berichtsprofil

102-45	Unternehmenseinheiten, die im konsolidierten Jahresabschluss oder in gleichwertigen Dokumenten erfasst sind	Siehe Geschäftsbericht 2017	2
102-46	Verfahren zur Festlegung der Berichtsinhalte und der Abgrenzung von Aspekten	Siehe Wesentlichkeitsmatrix	2, 14
102-47	Liste sämtlicher wesentlicher Aspekte	Siehe Wesentlichkeitsmatrix	14
102-48	Neuformulierung von Informationen aus früheren Berichten	Erster CSR-Bericht (NaDiVeG/GRI)	59
102-49	Änderungen in der Berichterstattung	Erster CSR-Bericht (NaDiVeG/GRI)	59
102-50	Berichtszeitraum	1.1. bis 31.12.2017 (die Mitarbeiterdaten werden zum Stichtag 30.9.2017 dargestellt)	2
102-51	Datum des jüngsten vorhergehenden Berichts	Erster CSR-Bericht (NaDiVeG/GRI)	2
102-52	Berichtszyklus	Jährliche Berichterstattung	2
102-53	Kontakt zum Nachhaltigkeitsmanagement	Siehe Impressum	2
102-54	Übereinstimmungsoption mit GRI-Standards	Option „Core“	2
102-55	GRI Content Index		58–61
102-56	Externe Prüfung	Wurde von Deloitte auditiert	63

Kategorie: WIRTSCHAFTLICH

Spezifische Standardangabe	Kurzbezeichnung zur jeweiligen Angabe	Anmerkung/Auslassung	Seite im Bericht
----------------------------	---------------------------------------	----------------------	------------------

Wirtschaftliche Leistung

103-1 bis 103-3	Managementansatz	Siehe Geschäftsbericht 2017	
201-1	Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert	Siehe Geschäftsbericht 2017	

Marktpräsenz

103-1 bis 103-3	Managementansatz		18
202-2	Anteil regionaler Führungskräfte	Siehe Geschäftsbericht 2017	

Korruptionsprävention

103-1 bis 103-3	Managementansatz		20
205-2	Mitteilungen und Trainings zur Antikorruptionspolitik und damit verbundenen Prozessen	Derzeit qualitative Beschreibung Aufgrund der Datenlage wird eine GRI-konforme Datenerfassung innerhalb der nächsten zwei Jahre aufgebaut.	20
205-3	Bestätigte Vorfälle von Korruption und getroffene Maßnahmen	Aufgrund der Datenlage wird eine GRI-konforme Datenerfassung innerhalb der nächsten zwei Jahre aufgebaut.	59

Wettbewerbswidriges Verhalten

206-1	Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- oder Monopolbildung	0	
-------	--	---	--

Kategorie: ÖKOLOGISCH

Spezifische Standardangabe	Kurzbezeichnung zur jeweiligen Angabe	Anmerkung/Auslassung	Seite im Bericht
Energie			
103-1 bis 103-3	Managementansatz		55
302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	Der Anteil der erneuerbaren Energie für das Jahr 2017 beträgt 66%. Dampf und Kühlenergie kommen nicht zur Anwendung. Quellen der Umrechnungsfaktoren: Umweltbundesamt und aus eigener Berechnung basierend auf ecoinvent	55, 56, 57
Emissionen			
103-1 bis 103-3	Managementansatz		55, 56
305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)		57
305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)		57
Materialien			
301-1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	Es wird der Papierverbrauch berichtet.	57
Compliance			
103-1 bis 103-3	Managementansatz		20
307-1	Nichteinhaltung von Umweltgesetzen und -vorschriften	0	60

Kategorie: GESELLSCHAFTLICH

Beschäftigung			
103-1 bis 103-3	Managementansatz		18, 19
401-1	Neuanstellungen und Fluktuation	Aufgrund der Datenlage wird der Indikator derzeit ohne Altersgruppen berichtet und bis zum übernächsten Nachhaltigkeitsbericht ergänzt.	19
Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis			
103-1 bis 103-3	Managementansatz		18, 19
402-1	Mindestmitteilungsfristen bezüglich betrieblicher Veränderungen	Gemäß österreichischem Gesetz ist der Betriebsrat umgehend zu informieren, sobald größere Umstrukturierungsmaßnahmen mit Auswirkungen auf das Personal erfolgen.	60
Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz			
103-1 bis 103-3	Managementansatz		18
403-2	Verletzungsarten und -zahlen, arbeitsbedingte Krankheiten, Ausfalltage, Abwesenheit und arbeitsbedingte Todesfälle (Krankenstandstage)	Aufgrund der Datenlage werden die Aufteilung nach Regionen bzw. die Angaben zu Verletzungen oder arbeitsbedingten Krankheiten bis zum übernächsten Nachhaltigkeitsbericht ergänzt.	19
Aus- und Weiterbildung			
103-1 bis 103-3	Managementansatz		18, 19
404-2	Programme für Kompetenzmanagement und lebenslanges Lernen		16, 18, 19
404-3	Anteil der Mitarbeiter mit regelmäßiger Leistungsbeurteilung und Karriereplanung	100%	19, 60

Spezifische Standardangabe	Kurzbezeichnung zur jeweiligen Angabe	Anmerkung/Auslassung	Seite im Bericht
Vielfalt und Chancengleichheit			
103-1 bis 103-3	Managementansatz		18, 19
405-1	Diversität in Leitungsfunktionen und bei Angestellten	Aufgrund der Datenlage werden die Angaben der Managementpositionen nach Altersgruppen und der Mitarbeiter nach Geschlecht in Prozent bis zum übernächsten Nachhaltigkeitsbericht ergänzt.	18, 19
Gleichbehandlung			
103-1 bis 103-3	Managementansatz	Siehe Corporate-Governance-Bericht	
406-1	Gesamtzahl der Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	Aufbau einer Whistleblowing-Plattform Aufgrund der Datenlage wird die GRI-konforme Datenerfassung innerhalb der nächsten zwei Jahre aufgebaut.	20
Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen			
103-1 bis 103-3	Managementansatz		16, 27
417-1	Anforderungen für die Produkt- und Dienstleistungsinformationen und -kennzeichnung		16, 27
Compliance			
417-2	Fälle von Nichteinhaltung bzgl. Produkt- und Dienstleistungsinformation sowie Kennzeichnung	2 Fälle Summe < 5.000 Euro	61
417-3	Fälle von Nichteinhaltung bzgl. Marketing und Kommunikation	0	61
Schutz der Privatsphäre von Kunden			
103-1 bis 103-3	Managementansatz		21
418-1	Gesamtzahl begründeter Beschwerden in Bezug auf die Verletzung der Privatsphäre von Kunden und den Verlust von Kundendaten	Aus Wettbewerbsgründen werden dazu keine Daten veröffentlicht.	21, 61
Compliance			
103-1 bis 103-3	Managementansatz		20
419-1	Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich	3 Fälle Summe < 5.000 Euro	61
Branchenspezifische Themen			
103-1 bis 103-3	Managementansatz		25–35
	Innovative Services und Produkte für neue soziale und ökologische Trends		25–35
	Klare Bewertung von Schäden bzw. Leistungen und schnelle Hilfe		25–35
	Förderung eines nachhaltigen Lebensstils		25–35
	Grundlagen für ein sicheres, besseres, längeres Leben		25–35
	Gesetzliche und private Versicherungen		25–35
	Finanzierung der Pension, Gesundheit und Pflege		25–35
Kritische Investitionen			
103-1 bis 103-3	Managementansatz		23

Denk wegen
jedem Pups
anrufen
können.

Med
PLUS24service

Ihre Ärzte-Hotline für
Gesundheitsfragen:
+43 (0) 50677-670



Denk


UNIQA

www.uniqa.at

Werbung

An den Vorstand der
UNIQA Insurance Group AG
Untere Donaustraße 21
1029 Wien

Bericht über die unabhängige Prüfung ausgewählter, nichtfinanzieller Leistungsindikatoren bzw. Themenbereiche sowie der Offenlegung der in § 243b Abs. 6 UGB i.V.m. § 243b Abs. 2-5 UGB sowie in § 267a Abs. 6 UGB i.V.m. § 267a Abs. 2-5 UGB geforderten Informationen im (konsolidierten) nichtfinanziellen Bericht für das Jahr 2017 der UNIQA Insurance Group AG

Einleitung

Wir haben Prüfungshandlungen zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit zu den Themenbereichen Wesentlichkeitsanalyse und Stakeholder-Dialog sowie zu den nichtfinanziellen Leistungsindikatoren der Themenbereiche Mitarbeiter, Umwelt und Beschwerdemanagement im (konsolidierten) nichtfinanziellen Bericht für das Jahr 2017 (nachfolgend: „Bericht“) durchgeführt. Des Weiteren erfolgte eine Prüfung dahingehend, ob sämtliche in § 243b Abs. 6 UGB i.V.m. § 243b Abs. 2-5 UGB sowie in § 267a Abs. 6 UGB i.V.m. § 267a Abs. 2-5 UGB geforderten Informationen im Bericht offengelegt werden.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Die gesetzlichen Vertreter der UNIQA Insurance Group AG sind verantwortlich für die Erstellung des Berichtsinhaltes in Übereinstimmung mit den Berichtskriterien sowie für die Auswahl der zu überprüfenden Angaben. Die Berichtskriterien umfassen die in den vom Global Sustainability Standards Board (GSSB) herausgegebenen GRI Standards enthaltenen Prinzipien der Berichterstattung sowie die in § 243b Abs. 6 UGB i.V.m. § 243b Abs. 2-5 UGB sowie in § 267a Abs. 6 UGB i.V.m. § 267a Abs. 2-5 UGB genannten Anforderungen an den Bericht.

Gesellschaftssitz Wien, Handelsgericht Wien, FN 36059 d, DVR 0508951, WT-Code 800192, UID: ATU16060704
Es gelten die Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftstreuhandberufe (www.deloitte.at).

Deloitte bezieht sich auf Deloitte Touche Tohmatsu Limited, eine "UK private company limited by guarantee" („DTTL“), deren Netzwerk von Mitgliedsunternehmen und deren UNIQA Insurance Groupen Unternehmen, DTTL und jedes ihrer Mitgliedsunternehmen sind rechtlich selbstständige und unabhängige Unternehmen. DTTL (auch "Deloitte Global" genannt) erbringt keine Dienstleistungen für Kunden. Unter www.deloitte.com/about finden Sie eine detaillierte Beschreibung von DTTL und ihrer Mitgliedsunternehmen.

Diese Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft umfasst die Auswahl und Anwendung angemessener Methoden zur nichtfinanziellen Berichterstattung von sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen nichtfinanziellen Angaben, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines nichtfinanziellen Berichts zu ermöglichen, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Angaben ist.

Verantwortung des Prüfers

Unsere Aufgabe besteht darin, auf Basis der von uns durchgeführten Prüfungshandlungen ein Prüfungsurteil mit begrenzter Sicherheit („Limited Assurance“) über die im Bericht abgebildete Wesentlichkeitsanalyse, der ihr zugrunde liegende Stakeholder-Dialog, die im Bericht enthaltenen nichtfinanziellen Leistungsindikatoren zu den Themenbereichen Mitarbeiter, Umwelt und Beschwerdemanagement sowie, ob sämtliche nach § 243b Abs. 6 UGB i.V.m. § 243b Abs. 2-5 UGB sowie in § 267a Abs. 6 UGB i.V.m. § 267a Abs. 2-5 UGB geforderten Angaben im Bericht enthalten sind, abzugeben.

Wir haben die Prüfungshandlungen entsprechend dem International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised), Assurance Engagements Other Than Audits or Reviews of Historical Financial Information, herausgegeben vom International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB), zur Erlangung einer begrenzten Prüfsicherheit durchgeführt.

Danach haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir mit einer begrenzten Sicherheit aussagen können, dass uns keine Sachverhalte bekannt geworden sind, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die Wesentlichkeitsanalyse, der ihr zugrunde liegende Stakeholder-Dialog sowie die im Bericht enthaltenen nichtfinanziellen Leistungsindikatoren zu den Themenbereichen Mitarbeiter, Umwelt und Beschwerdemanagement in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den Berichtskriterien nach den GRI Standards aufgestellt worden sind sowie nicht alle in § 243b Abs. 6 UGB i.V.m. § 243b Abs. 2-5 UGB sowie in § 267a Abs. 6 UGB i.V.m. § 267a Abs. 2-5 UGB geforderten Angaben enthalten sind.

Bei einer Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit weniger umfangreich, sodass dementsprechend eine erheblich geringere Prüfungssicherheit erlangt wird. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers.

Im Rahmen unserer Prüfung haben wir unter anderem folgende Prüfungshandlungen und sonstige Tätigkeiten durchgeführt, soweit sie für die Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit relevant sind:

- Befragung der von der UNIQA Insurance Group AG genannten Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen hinsichtlich der Nachhaltigkeitsstrategie, der Nachhaltigkeitsgrundsätze und des Nachhaltigkeitsmanagements
- Befragung von Mitarbeitern zur Beurteilung der Methoden der Datengewinnung und -aufbereitung sowie der internen Kontrollen
- Abgleich der im Bericht abgebildeten nichtfinanziellen Leistungsindikatoren zu den Themenbereichen Mitarbeiter, Umwelt und Beschwerdemanagement mit den zur Verfügung gestellten Berechnungsunterlagen
- Des Weiteren erfolgten Prüfungshandlungen dahingehend, ob im (konsolidierten) nichtfinanziellen Bericht sämtliche gemäß § 243b Abs. 6 UGB i.V.m. § 243b Abs. 2-5 UGB sowie in § 267a Abs. 6 UGB i.V.m. § 267a Abs. 2-5 UGB geforderten Informationen offengelegt werden. Eine inhaltliche Prüfung dieser Angaben erfolgte nicht.

Zusammenfassende Beurteilungen

Auf Grundlage unserer Prüfungshandlungen sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass die im Bericht abgebildete Wesentlichkeitsanalyse, der ihr zugrunde liegende Stakeholder-Dialog sowie die im Bericht enthaltenen nichtfinanziellen Leistungsindikatoren zu den Themenbereichen Mitarbeiter, Umwelt und Beschwerdemanagement in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den Berichtskriterien nach den GRI Standards aufgestellt worden sind.

Des Weiteren sind uns auf Grundlage unserer Prüfungshandlungen keine Sachverhalte bekannt geworden, dass nicht sämtliche gemäß § 243b Abs. 6 UGB i.V.m. § 243b Abs. 2-5 UGB sowie in § 267a Abs. 6 UGB i.V.m. § 267a Abs. 2-5 UGB geforderten Informationen im Bericht offengelegt werden.

Ergänzende Hinweise

Ohne das oben dargestellte Ergebnis unserer Prüfung einzuschränken, sprechen wir folgende Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Nachhaltigkeitsmanagements und der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Gesellschaft aus:

- Weitere Harmonisierung inkl. Automatisierung der konzernweiten Berichterstattungsprozesse für nichtfinanzielle Informationen
- Die im Bericht dargestellten nichtfinanziellen Leistungsindikatoren für den Bereich Mitarbeiter wurden mit Stichtag 30.09.2017 erhoben (Offenlegung siehe Bericht, Tabelle „Kennzahlen Mitarbeiter 2017“). Diesbezüglich empfehlen wir, für die zukünftige Berichterstattung den Stichtag auf den 31.12. festzulegen

Verwendungsbeschränkung

Da unser Bericht ausschließlich im Auftrag und im Interesse des Auftraggebers erstellt wird, bildet er keine Grundlage für ein allfälliges Vertrauen dritter Personen auf seinen Inhalt. Ansprüche dritter Personen können daher daraus nicht abgeleitet werden.

Auftragsbedingungen

Die „Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftstreuhandberufe“ in der Fassung vom 21.2.2011 (AAB 2011), herausgegeben von der Österreichischen Kammer der Wirtschaftstreuhandberufe, sind Grundlage dieses Auftrags. Unsere Haftung ist gemäß Kapitel 8 AAB 2011 auf Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit beschränkt. Im Falle grober Fahrlässigkeit beträgt die maximale Haftungssumme das Fünffache des vereinnahmten Honorars. Dieser Betrag bildet den Haftungshöchstbetrag, der nur einmal bis zu diesem Maximalbetrag ausgenutzt werden kann, dies auch, wenn es mehrere Anspruchsberechtigte gibt oder mehrere Ansprüche behauptet werden.

Wien, 3. April 2018

Deloitte Audit Wirtschaftsprüfungs GmbH

Mag. Gerhard Marterbauer
Wirtschaftsprüfer

Mag. Christof Wolf
Wirtschaftsprüfer

Denk länger

ICH FÜRCHTE DAS MIT
DEM 'LÄNGER' HAST DU
MISSVERSTANDEN ..

