



NACHHALTIGKEITSBERICHT
UNIQA GROUP 2018

SICHER BESSER LÄNGER LEBEN

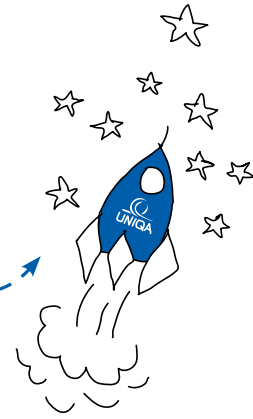
- VON START-UPS LERNEN: WO INNOVATIONEN WACHSEN | SEITE 4
- ALLES AUSSTEIGEN: KEIN GESCHÄFT MIT KOHLE | SEITE 26
- UNIQA STIFTUNG: EIN GEWINN FÜR DIE GESUNDHEIT | SEITE 40

SICHER BESSER LÄNGER LEBEN



UNIQA Group Nachhaltigkeitsbericht 2018

04 WIR SIND START-UP



In ihrer Struktur könnten Konzerne und Start-ups kaum unterschiedlicher sein. Doch in Kooperationen werden sie unschlagbar.

LERNEN

- 4 VON START-UPS LERNEN: WO INNOVATIONEN WACHSEN
- 8 AUF LERNREISE: NACHHALTIGKEIT IST EIN PROZESS
- 12 AUSGEPFIFFEN: MELDESYSTEM FÜR SCHWERE COMPLIANCE-VERSTÖSSE
- 13 BINDUNG DURCH FREIHEIT: VERTRAUEN IST DIE BASIS VON FÜHRUNG
- 14 FEEDBACK ERWÜNSCHT: BESSER BEWERTEN VIA SMARTPHONE

LEISTEN

- 15 SCHÖNE NEUE ARBEITSWELT: HIGHTECH BRAUCHT HIGH-TOUCH
- 18 SICHER, BESSER, LÄNGER LEBEN: VON DER STRATEGIE ZUM SERVICE
- 22 UNFALLPRÄVENTION: SICHER ZU LUFT UND LAND
- 24 INDUSTRIEGESCHÄFT: SCHUTZ FÜR WIRTSCHAFT UND BEVÖLKERUNG
- 26 VERANLAGUNG: KÜNFTIG KOHLEFREI

LEBEN

- 28 LEICHTER LEBEN: DIGITALE FEATURES IM ALLTAG
- 33 ONCE IN A LIFETIME: UNIQA HILFT BRUEGEL RESTAURIEREN
- 35 SKISPORT: MENSCHEN SIND MEHR ALS MEDAILLEN
- 37 UNIQA ÖFB CUP: HAUPTSPONSOR ALS HAUPTTREFFER
- 38 ZUSAMMENLEBEN: FLÜCHTLINGSHILFE MIT LANGEM ATEM

WEITERGEBEN

- 40 UNIQA STIFTUNG: EIN GEWINN FÜR DIE GESUNDHEIT
- 44 FÖRDERBEDARF: UNIQA UNTERSTÜTZT BILDUNGSBOTSCHAFTER
- 46 AUSGEZEICHNET: DIESE PREISE MOTIVIEREN FÜR DIE ZUKUNFT
- 48 NIEMALS VERGESSEN: EIN NAMENSTURM ERINNERT AN 1938
- 50 DIE WELT DEN KINDERN: SPONSORINGPROJEKTE UND LEUCHTENDE ZEICHEN



18

SICHER, BESSER, LÄNGER LEBEN

LEISTEN



Akutversorgung, Direktverrechnung, Prävention: Mit neuen Services in der Krankenversicherung geht UNIQA weit über herkömmliche Produktangebote hinaus.

40

GEWINNE ZURÜCKGEBEN

WEITERGEBEN



Über die UNIQA Stiftung fließt ein immer größerer Teil der ausgeschütteten Dividenden zurück in die öffentliche Gesundheit.

BEILAGE:
NICHTFINANZIELLER BERICHT 2018 / UNIQA GROUP



VORWORT

Liebe Leserinnen und Leser,

wir diskutieren in unseren Vorstandsmeetings oft emotional. Persönlich zwar immer wertschätzend, aber durchaus kontroversiell in der Sache. Ist gut so. Eines der heißesten Themen ist unsere Nachhaltigkeitsstrategie: Wie laden wir den tief nachhaltigen, zeitlos schönen Grundgedanken der Versicherungswirtschaft neu und modern auf? Wie schützen wir uns vor einem billigen Ablasshandel? Wo beginnt unsere Verantwortung, und wo endet sie?

Wir präsentieren Ihnen heute, im Frühjahr 2019, keine fix-fertigen Antworten. Wir bekräftigen aber unser Versprechen, täglich für die Zukunft unserer Gesellschaft Verantwortung zu übernehmen. Wir wollen nicht vor der Komplexität einer sich schnell drehenden Welt kapitulieren, sondern arbeiten leidenschaftlich an der Zukunft unseres Planeten mit. Wissend, dass unsere Möglichkeiten beschränkt sind, und wissend, dass wir Fehler machen. Aber vor allem wissend, dass wir Vorbild sein können.

Oder, wie ich als Vater von drei Kindern im Vorjahr geschrieben habe: „...“, dass wir in allen Aspekten des Lebens 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.“

Viel Freude beim Lesen dieses Berichts und herzliche Grüße,

A handwritten signature in white ink, reading "A. Brandstetter". The signature is fluid and cursive.

Andreas Brandstetter
CEO UNIQA Group



VON START-UPS LERNEN

Schon in ihrer Struktur könnten Konzerne und Start-ups kaum unterschiedlicher sein. Doch gerade in Kombination sind sie unschlagbar, wenn es um neue Ideen und Lösungen geht.

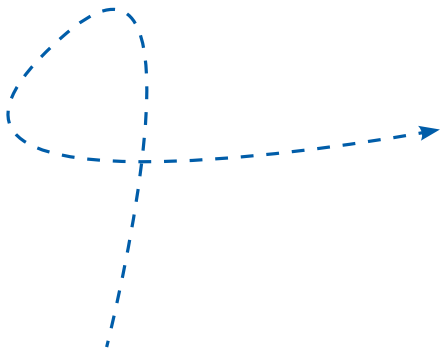
*weXelerate:
Start-up-Hub auf
9.000 Quadratmetern*

Selbst die größten Ideen entstehen oft im Kleinen. Mit der entsprechenden Infrastruktur und Unterstützung weit über das Finanzielle hinaus können die Ideen wachsen und gedeihen. Beim Aufblühen der Start-ups hilft unter anderem weXelerate im Wiener Design Tower, mit 9.000 Quadratmetern der größte Innovationsknotenpunkt und Start-up-Hub Mitteleuropas. Als Vermieter und Corporate Partner

von weXelerate und mit weiteren Beteiligungen und Kooperationen mit vielen jungen Start-ups ist UNIQA aktiver Teil dieses Ökosystems: „Denn Ideen aus etablierten Unternehmen führen nur manchmal zu echten Innovationen, während OPEN.Innovation den eigenen Blick um externe Ideen erweitert und dadurch öfter und schneller neue Lösungen findet“, sagt Max Rumpf, Head of UNIQA OPEN.Innovation.

Kreative Lösungen über die Branchengrenzen hinweg

Im Design Tower treffen wir auf Aurelio Jiménez vom spanischen Start-up Zapiens. Gemeinsam mit seinem Team betreibt er eine Plattform für Wissensmanagement, die mithilfe von künstlicher Intelligenz ständig selbst dazulernen soll. Mitte Jänner 2019 gewann Zapiens für seine Idee in der



Im Impact Hub: Das Start-up VivaBack präsentiert Rückengesundheit. Robert Pilacek und Valentin Rosegger (VivaBack, stehend), Filip Kisiel, Max Rumpf, Andreas Rauter, Gabriela Rusu (alle UNIQA, v. l. n. r. sitzend)



OPEN.Innovation: Franz Wirl (l.) und Max Rumpf entwickeln mit Start-ups neue Ideen

Pitch Night im weXelerate den Jurypreis. Was im weXelerate sofort auffällt: Es wirkt offener, hipper und lockerer, als man es von einer Büroimmobilie erwarten würde. Wer hier arbeitet, nimmt auch mal gerne auf einem der gemütlichen Sofas im Eingangsbereich oder auf einem der Tische außerhalb der verglasten Räume Platz. UNIQA betreibt hier ein eigenes Innovation Lab, das nicht nur Start-ups zur Verfügung steht, sondern

ebenso etablierten Unternehmen, der Forschung und UNIQA Mitarbeitern vor allem als inspirierender Treffpunkt dient. Ein wesentlicher Erfolgsfaktor ist dabei das Zusammenkommen von Menschen aus unterschiedlichsten Branchen. Denn spannende Ideen, Projekte und damit oft bahnbrechende Innovationen entstehen oft gerade über „Branchensilos“ hinweg. Zusätzlich gibt es im Rahmen des „InHouse Innovation Empowerment“ Impulsvorträge und Seminare, in denen UNIQA Mitarbeiter mehr über das Thema Innovation erfahren.

Wirksame Rezepte für Innovationen

Akzeleratoren-Programme sind die Versorgungsschiffe für Innovationen (siehe Seite 7). Sie bringen Start-ups, denen oft immer noch etwas Futuristisches anhaftet, mit etablierten Unternehmen wie UNIQA zusammen. Gerade traditionelle Versicherungen stehen heute mehr denn je vor großen Herausforderungen, weil sie von allen möglichen Seiten angegriffen werden. Der Markt verändert sich, Konsumenten stellen ganz besondere Ansprüche an das Kundenerlebnis, und nicht zuletzt spielen der Einsatz neuer Technologien und die sich daraus ergebenden Möglichkeiten für InsurTechs eingesessenen Versicherungen nicht gerade in die Hände.

Max Rumpf und Franz Wirl von UNIQA OPEN.Innovation wissen das alles nicht nur, sie halten auch mit wirksamen Rezepten dagegen. „Wenn durch die veränderten Bedingungen nach und nach neue Mitbewerber auf den Markt strömen und ein Stück des Kuchens abzwicken wollen, gibt es nur zwei Möglichkeiten“, sagt Max Rumpf: „Man schaut ihnen dabei zu und erstarrt vor Angst, oder man entwickelt mit ihnen gemeinsam neue Ideen.“

Risikokapital für neue Ideen

Neben OPEN.Innovation beschäftigen sich noch zwei weitere Unternehmensbereiche von UNIQA konkret mit Innovationen und Digitalisierung: Digital Solutions und Venture Capital. Die eigenständige UNIQA Venture Capital Gesellschaft investiert seit ihrer Gründung direkt in Start-ups aus den Themenfeldern Digital Health, Mobility, Smart Home und FinTech/InsurTech, bündelt die bereits stattfindenden Aktivitäten und baut sie weiter aus. Gemeinsam mit herausragenden Gründern, die Risikokapital für ihre Ideen benötigen, sollen so neue Märkte erobert werden.

Bisher investierte UNIQA Ventures rund 5,4 Millionen Euro in sieben Start-ups, darunter FINABRO, das auf digitale Vermögensverwaltung spezialisiert ist, das österreichische InsurTech bsurance, die

Nachbarschaftsplattform FragNebenan und FinCompare, eine deutsche Plattform für KMU-Finanzierungslösungen.

UNIQA profitiert von Start-ups

„Wenn du eine gute Idee hast, kannst du auch gegen die Großen gewinnen“, sagt Rumpf und nennt als Beispiel Amazon. Der Konzern, der heute weltweit einer der Giganten des Onlinehandels ist, begann ebenso wie Google oder Apple als Start-up. Diese punkten unter anderem mit agilen Teams, für die das digitale Leben in allen Bereichen ebenso selbstverständlich ist wie flexible Arbeitszeiten, shared desks und die große Leidenschaft, gemeinsam auf ein Ziel hinzuarbeiten.

Für erfolgreiche Start-ups steht der Kunde im Mittelpunkt, und sie entwickeln genau die Lösung für ihn, die er benötigt. Sie arbeiten crossfunktional, also über die Fachrichtungen hinweg, halten Customer Journey und User Experience für weit mehr als nur für moderne Schlagworte, sie können besonders schnell Entscheidungen treffen, haben bessere Möglichkeiten zu experimentieren und dürfen dabei auch mit der einen oder anderen Idee scheitern. Und sie können Prozesse und Produkte im Markt rasch austesten. Fördern Konzerne in einer Welt, in der sich alles immer noch schneller ändert, gute Ideen kleiner Start-ups von Anfang an,



Kirschen bitte: Mit CHERRISK sammeln unsere Kunden Goodies, die der Gesellschaft zugute kommen

nur finanziell, sondern auch vom Know-how des erfahrenen Versicherers.

CHERRISK: Lokale Innovation mit internationalem Potenzial

können sie mit neuen Produkten und Dienstleistungen neue Möglichkeiten für ihre eigenen Kunden schaffen.

Ein herausragendes Beispiel ist Playbrush, die intelligente, mit Apps und Games vernetzte Kinderzahnbürste (siehe Seite 11). Das erste Start-up-Investment von UNIQA in Zentral- und Osteuropa war jenes in das tschechische FinTech-Unternehmen Twisto, das bei Online-Finanzierungsmöglichkeiten unter anderem auf Machine-Learning setzt.

Durch diese Kooperationen dringt UNIQA tiefer in Prozesse und Technologien ein, die zukunftsentscheidend sein könnten. Umgekehrt profitieren die Start-ups nicht

Oft kann bei Innovationen speziell die Stärke des großen internationalen Konzerns mit lokalen Partnern ausgespielt werden. Mit „CHERRISK“ startete UNIQA Ungarn ein Pilotprojekt, das den Versicherer vom reinen Produktanbieter zum Rund-um-die-Uhr-Serviceanbieter machen und das traditionelle Geschäft ganz neu aufstellen könnte. Auf cherrisk.com können unsere Kunden nicht nur Versicherungen vollständig digital und automatisiert abschließen und allfällige Schadenfälle abwickeln. Spielerisch sammeln sie dort auch Kirschen, als eine Art virtuelle Währung, indem sie etwa ihre Winterreifen rechtzeitig tauschen. So interagieren sie täglich mit dem Unternehmen und werden für risikobewusstes Verhalten belohnt.



Die gesammelten Cherries werden sozialen Projekten zugeführt, oder Kunden können die Prämie reduzieren. Schon in den ersten Monaten wurden rund eine Million Cherries vergeben. Das mediale Echo in Ungarn war so stark, dass die HR-Abteilung einen positiven Imagetransfer bemerkte.

Keine Branchensilos:
Salvador Barros (Tap My Back),
Franz Wirl (UNIQA),
Aurelio Jiménez (Zapiens),
Max Rumpf (UNIQA),
Sonja Murcek und
Angelina Hoppe
(weXelerate)



DIGITALES IM weXELERATE

Künstliche Intelligenz, Bots, Industrie 4.0, Mobilität, Energie, Cybersecurity – im Start-up-Hub weXelerate wird kreativ an den wichtigen Fragen der digitalen Zukunft gearbeitet. Weit über 2000 Start-ups bewerben sich jährlich, um bei weXelerate dabei zu sein. Daraus werden die jeweils 100 vielversprechendsten ausgewählt und bekommen Unterstützung beim Voranbringen ihrer Konzepte. Start-ups können im weXelerate die Büroinfrastruktur nutzen und sich vernetzen, sie erhalten Zugang zu Mentoren, Investoren, Servicepartnern und Weiterbildungsprogrammen und profitieren von Kooperationen mit Partnern wie UNIQA. Diese wiederum genießen den Vorteil, dass durch den harten Auswahlprozess nur die Start-ups mit den besten Ideen dabei sind. Höhepunkt eines jeden Akzelerator-Batches ist die weXelerate Pitch Night mit Auszeichnung für die Besten der Besten.

MISSION ZUKUNFT

Gemeinsam mit unterschiedlichen Initiativen findet UNIQA neue Lösungen für verschiedene Stakeholder.

GESUNDHEIT IM HEALTH HUB VIENNA

Mit der Frage, wie neue Ideen und Konzepte das Leben der Menschen verbessern können, beschäftigt sich der „Health Hub Vienna“. Über eine Kooperation mit dem Uni-Inkubator INITS ist die UNIQA Stiftung Partner des Start-up-Zentrums. Im Akzeleratoren-Programm werden Ideen und Projekte rund um Gesundheit fit für internationales Wachstum gemacht. In die zweite Auflage des Programms 2018 schafften es elf Start-ups, darunter etwa „Symptoma“ aus Österreich, eine intelligente Suchmaschine für Krankheiten, und „Betalin Therapeutics“, eine Technologie aus Israel zur Behandlung von Diabetes mittels einer künstlich erzeugten Bauchspeicheldrüse.

GESELLSCHAFT IM IMPACT HUB VIENNA

Um die Gesellschaft der Zukunft geht es im „Impact Hub Vienna“. Ausgewählte Start-ups erhalten Unterstützung und Coachings sowie Zugang zum UNIQA Mentoring-Programm. Im Vorjahr startete UNIQA gemeinsam mit dem „Impact Hub Vienna“ das „Mission 120 – Accelerate Programm“, um mit guten Ideen speziell älteren Menschen ein sichereres, besseres und längeres Leben zu ermöglichen. Die steigende Lebenserwartung, Veränderungen im Gesundheitsbereich und der wachsende Anteil aktiver älterer Menschen werden die Gesellschaft in den kommenden Jahrzehnten stark mitbestimmen.



„WIR WOLLEN DIE SOLIDARITÄT HOCHHALTEN“

UNIQA Group CEO Andreas Brandstetter und CSR-Chef Andreas Rauter über die Vorbildfunktion einer Versicherung, guten Schlaf und die eigene Lernreise.

Das Versicherungsgeschäft per se ist ein nachhaltiges Geschäft, sicher, besser, länger leben ein nachhaltiges Kundenversprechen. Wie löst UNIQA es ein?

Andreas BRANDSTETTER: Am Beginn steht die Neugier. Wir beschäftigen uns mit der Welt um uns herum, bauen Entwürfe, wie sie sich entwickeln könnte, und antizipieren dafür mögliche Lösungen.

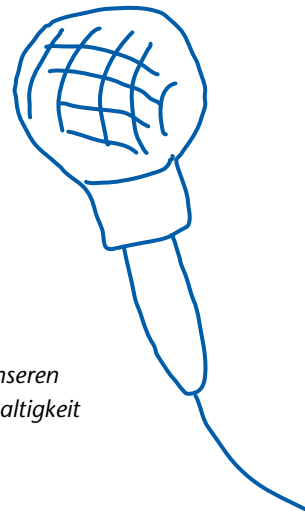
Andreas RAUTER: Dazu treten wir auch ins Gespräch mit unseren Stakeholdern, die immer mehr Verantwortung in Richtung Nachhaltigkeit erkennen lassen.

BRANDSTETTER: Aktuell beschäftigen wir uns etwa damit, wie und wo Menschen alt werden, wer sich um sie kümmert, sie pflegt, und wie sie der Falle der Altersarmut entkommen.

Andreas Brandstetter:

„Aktuell beschäftigen wir uns damit, wie und wo Menschen alt werden“

Andreas Rauter: „Auch unseren Stakeholdern wird Nachhaltigkeit wichtiger“





Stichwort Überalterung: Ist die Solidarität in der Gesellschaft in Gefahr?

RAUTER: Europa überaltert, wird urbaner und versingelt. Es wird sicherlich weniger Rückhalt im Familienbereich geben und neben dem Staat kompetente Lebensbegleiter brauchen.

BRANDSTETTER: Natürlich beobachten wir die Tendenzen in Richtung Individualismus, Egozentrismus. Gerade wir als Versicherer haben eine Vorbildfunktion und halten das Prinzip der Solidarität hoch. Die Tarifierung im Bereich der Krankenversicherung zum Beispiel basiert auf Solidarität einer Risikogemeinschaft.

Nun gibt es zwar Kunden, die mehr persönliche Daten teilen wollen und sich dafür Vorteile erwarten. Das ändert aber nichts am Grundsatz der Solidarität.

Sie sprechen das Spannungsfeld zwischen persönlichen und allgemeinen Interessen an, was ist mit dem Spannungsfeld zwischen sozialer Verantwortung und Geschäftsinteressen?

RAUTER: Unsere Stakeholder tragen nachhaltiges Wirtschaften immer mehr mit. Gerade die jüngeren Kunden wollen Prävention und einen schonenden Umgang mit Ressourcen. Investoren wollen ein längerfristig gültiges

Risiko-Ertrags-Verhältnis. Mitarbeiter identifizieren sich stärker mit einem nachhaltig orientierten Unternehmen. Die Öffentlichkeit braucht kompetente Partner für die Bewältigung großer ökologischer und sozialer Herausforderungen.

BRANDSTETTER: Das Spannungsfeld ist da. Aktionäre haben Anspruch auf Rendite für ihr Kapital. Wir sind als Versicherer aber darin geübt, verschiedene Risiken zu managen und holistisch zu denken. Die Fallen und Verlockungen der Gier lauern überall. Damit sorgfältig umzugehen, ist Versicherungen aber inhärent.

Unternehmen stehen mit ihren Einflussmöglichkeiten zwischen der Macht der Politik und der Ohnmacht des Einzelnen. Was können sie tun?

BRANDSTETTER: Ein Unternehmen ist die Summe aller seiner Mitarbeiter. Wenn wir uns unsere Sensibilität erhalten, agil und wachsam bleiben, dann sind wir nicht ohnmächtig. Als Corporate Citizen genießen wir das Privileg, gestaltend wirken zu können, im Sinne von Thomas Mann: „Sei mit Lust bei den Geschäften am Tage, aber mache nur solche, dass wir bei Nacht ruhig schlafen können.“

Geschäfte mit Kohle schließt UNIQA künftig nicht mehr ab. Und was kommt dann?

RAUTER: Wir machen keinerlei Neugeschäft mit Kohle. Wenn ein Land neue Energiequellen erschließen muss, ist es die Aufgabe der europäischen Gemeinschaft, hier zu unterstützen. Ohne Ausstieg kann kein Umdenken in Gang kommen.

BRANDSTETTER: Wir sind als Versicherer gewöhnt, bei Entscheidungen die langfristigen Konsequenzen im Blick zu haben. Aufgrund der Geschwindigkeit aber, mit der sich unsere Gesellschaft ändert, können wir nicht immer abwarten, bis wir ein hundertprozentig valides Bild haben. Wir haben uns zum Beispiel zum Ausstieg aus Kohle entschieden, obwohl wir wissen, dass andere Belastungen Antworten fordern werden. Was ist mit Plastik? Was ist mit Fleischkonsum? Wir haben noch keine Antwort. Wir sind selbst auf einer Lernreise.

Sind Verbote die Antwort?

BRANDSTETTER: Nein, wir sind keine Moralapostel. Wir agieren mit unseren Kunden, mit der Gesellschaft auf Augenhöhe. Wir wollen möglichst viele Menschen unterstützen, sicher, besser und länger zu leben, und tun das auch mit Hilfe der UNIQA Stiftung, unseres Hauptaktionärs. Nehmen wir das Thema Zucker. Wir wollen und können unseren Kunden nichts verbieten, aber wir schaffen präventiv Möglichkeiten, zu einer bewussten Ernährung und Lebensführung zu kommen. Über die UNIQA Stiftung fließt ein immer größerer

Teil der ausgeschütteten Dividenden zurück in die öffentliche Gesundheit. Diese Form von Nachhaltigkeit ist ein Alleinstellungsmerkmal.

Bei aller Freiwilligkeit – ist UNIQA nicht angesichts immer teurerer Naturkatastrophen zum Handeln genötigt?

RAUTER: Wir sehen, dass sich die Frequenz und auch die Amplituden bei Naturkatastrophen ändern. Große Rückversicherer erhöhen Prämien im zweistelligen Prozentbereich, damit die Risiken versicherbar bleiben. Insofern spüren auch wir den Würgegriff.

BRANDSTETTER: Als Präsident von Insurance Europe (Anm.: dem Interessenverband der europäischen Versicherer mit Sitz in Brüssel) arbeite ich mit, die europäischen Versicherer auch bei diesem Thema zu einer Position zu bewegen. Das ist nicht leicht. Global gesehen kommt dazu, dass Politik und Volkswirtschaften in Asien, den USA und leider auch manchen Teilen Europas aktuell andere Prioritäten als Nachhaltigkeit haben.

Das Interview führte Barbara Morawetz.

UNIQA hat sich zum Ausstieg aus Kohle entschieden: Doch was kommt danach, Herr Brandstetter? „Wir haben noch keine Antwort“





SPIELERISCH UND SICHER ZÄHNE PUTZEN

Das Start-up Playbrush vertreibt eine interaktive Kinderzahnbürste. Kunden können zum Abo eine Zahnunfallversicherung erhalten, für deren technische Abwicklung mit bsurance ein weiteres Start-up sorgt.

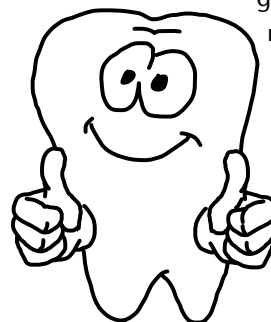
Wer Kinder hat oder betreut, kennt die anstrengenden Diskussionen rund ums Zähneputzen. Das Start-up Playbrush mit Sitz unter anderem in Wien hatte eine Idee, wie Kinder spielerisch motiviert werden können, ihre Zähne gern, gut und gründlich zu reinigen: mit einem interaktiven Zahnbürstenaufsatz, der über das Smartphone mit Spiele-Apps kombiniert werden kann. Die Palette an Games ist riesig, sie reicht von Geschicklichkeitsspielen über Malen am Display bis hin zu Tanzeinlagen nach einer vorgegebenen Zahnputz-Choreografie.

Kinderleicht geschützt

Über die Website www.playbrush.com können Kunden ein Playbrush-Basispaket oder ein Playbrush-Abo erwerben. Im Grundpaket sind jeweils vier

Gratis-Spiele-Apps enthalten. Zusätzliche Apps gibt es im Spieleabo beziehungsweise als Teil des Spiele- & Zahnartikel- oder Bürstenkopfabos. Eltern können damit auch regelmäßig Putzauswertungen erhalten.

In Kombination mit jedem Spieleabo beziehungsweise Spiele- und Zahnartikel- oder Bürstenkopfabo erhalten Kunden aus Österreich und Deutschland, wenn sie das möchten, kostenlos eine UNIQA Zahnunfallversicherung über die Laufzeit des Abos dazu. So können sie nicht nur sicher sein, dass ihr Nachwuchs mit viel Freude Zähne putzt, sondern auch, dass ein etwa durch einen Sturz beschädigter Zahn des Kindes gut abgesichert ist. Die Versicherung deckt



80 Prozent der Behandlungskosten mit einer Summe von bis zu 1.000 Euro (Playbrush mit Spieleabo) beziehungsweise 2.000 Euro (Playbrush mit Spiele- und Zahnartikel- oder Bürstenkopfabo).

Innovative Vertriebskanäle

Als eine Art Schnittstelle zwischen Playbrush und UNIQA fungiert ein weiteres Wiener Start-up: Das InsurTech bsurance, an dem UNIQA Ventures beteiligt ist und das am weXelerate Batch II teilgenommen hat. bsurance sorgt nicht nur für die technische Abwicklung bis hin zur Schadenauszahlung, sondern erledigt auch den Großteil der Kundenanfragen.

Bis Jahresende 2018 konnten mit Playbrush und bsurance bereits 1.400 Neukunden verzeichnet werden. UNIQA sammelt mit diesem Piloten aber auch Erfahrung mit B2B2C-Projekten, also Zusatzleistungen zu einem Fremdprodukt. So entstehen neue Angebote und erschließen sich neue Vertriebskanäle.

AUSGEPFIFFEN

Die neue UNIQA Whistleblower-Plattform ist Anlaufstelle für schwere Compliance-Verstöße.

Im März 2018 hat UNIQA mit der Whistleblower-Plattform ein neues Meldesystem für schwere Compliance-Verstöße geschaffen. Personen, die einen begründeten Verdacht auf bestimmte börsenrechtliche oder andere schwerwiegende Compliance-Verstöße bei UNIQA hegen, können sich online, anonym und unter dem Siegel der Datenschutzbehörde melden. Das Börsengesetz verlangt ein solches Instrument für Mitarbeiter. UNIQA geht über die Erfüllung gesetzlicher Verpflichtungen hinaus und öffnet die Plattform auf <https://uniqagroup.whistleblownetwork.net> auch externen Hinweisgebern.

Auch anonyme Hinweise willkommen

Nur schwerwiegende und strafrechtlich relevante Compliance-Verstöße bzw. Hinweise darauf sind auf der Webanwendung richtig. Dazu zählen der Verdacht auf Korruption, der Verdacht auf Geldwäsche und der Verdacht auf andere schwerwiegende Wirtschaftsdelikte wie Untreue, Veruntreuung und Betrug. Wer über die neue Plattform einen Verdacht zu melden hat, kann das ohne weitere Angaben tun oder auf Wunsch einen

anonymen verschlüsselten Briefkasten für mögliche Rückfragen einrichten. In jedem Fall ist die Kommunikation streng vertraulich und anonym. Daten werden ausschließlich in einem ISO-zertifiziertem Datenrechenzentrum gespeichert.

Von den konzernweit 14 gemeldeten Fällen im Jahr 2018 handelte es sich nur bei sechs tatsächlich um einen Verdacht auf schwerwiegende Compliance-Verstöße. Alle sechs konnten geklärt werden, ohne dass UNIQA Behörden einschalten musste, oder befinden sich noch in Klärung.



MITARBEITERBEFRAGUNG: GUTE NOTEN FÜR CHEFS

UNIQA Mitarbeiter stellen ihren direkten Vorgesetzten traditionell ein gutes Zeugnis aus. Nach einer sehr detaillierten Befragung in Österreich 2017 und rund 1000 abgeleiteten Maßnahmen bescheinigten die Mitarbeiter ihren Chefs in einem Kurzcheck 2018 eine gute Informationsweitergabe und aktiven Einsatz für Verbesserungen. „Offensichtlich engagieren sich die Führungskräfte bei UNIQA sehr dafür, dass etwas weitergeht“, resümiert HR-Chef Robert Linke: „Vor allem bei der Kommunikation und bei

Abläufen sowohl innerhalb der Teams als auch über Schnittstellen hinweg können einzelne Führungskräfte viel bewegen.“

Hoher Gestaltungswille

Andere im Jahr 2017 teils bemängelte Themenfelder wie individuelle Wertschätzung und Weiterbildung geht Human Resources bereichsübergreifend an (siehe Seite 13). Für einen starken Gestaltungswillen über alle Hierarchien hinweg spricht die hohe Beteiligung

*HR-Chef Robert Linke:
„Bei Kommunikation
und Abläufen können
Führungskräfte viel
bewegen“*

an den Umfragen: „Beim Kurzcheck 2018 haben drei Viertel der Befragten mitgemacht, das waren sogar noch etwas mehr Kollegen als bei der großen Befragung 2017.“ Allerdings komme der Gestaltungswille nicht überall gleich zur Entfaltung. Linke: „Wir nehmen auch wahr, dass Mitarbeiter augenscheinlich nicht flächendeckend eingebunden sind, wenn Verbesserungsmaßnahmen abgeleitet und weiterverfolgt werden.“

Die 2018 in Ländern von UNIQA International durchgeführte Mitarbeiterbefragung bestätigt die Tendenzen aus Österreich: Die Teilnehmer wünschen sich mehr individuelle Förderungen und Anreize. Zugleich bekräftigen sie das hohe Engagement und die gute Unterstützung durch ihre Führungskräfte.



BINDUNG DURCH FREIHEIT

UNIQA lernt von Mitarbeitern und gibt ihnen wiederum Raum zum Lernen. Flexible Arbeitsmöglichkeiten erhöhen die Bindung ans Unternehmen.

Mitarbeiter von UNIQA müssen zum Arbeiten nicht zwingend ins Büro. Bis zu acht Tage pro Monat können sie von zu Hause oder von wo auch immer arbeiten. Seit Ende 2018 gilt eine entsprechende Regelung in Österreich, und auch in den UNIQA Ländern in CEE hält mobiles Arbeiten Einzug. „Wir wollen die Weiterentwicklung eines auf Vertrauen und Leistung basierenden Führungsstils fördern und die Mitarbeiterzufriedenheit weiter stärken“, erklärt Robert Linke, Leiter Human Resources in der UNIQA Group.

Mobiles Arbeiten baut auf Qualitäten auf, die Mitarbeiter einer Befragung zufolge am Unternehmen am meisten schätzen: der Förderung von Eigenverantwortung und dem guten Verhältnis zu unmittelbaren Vorgesetzten und Kollegen. Es antwortet aber auch auf die Nachfrage von Bewerbern: „Viele Kandidaten fragen beim Recruiting gar nicht mehr, ob wir Home Office anbieten. Sie setzen es voraus und



wollen nur wissen, an wie vielen Tagen im Monat sie ihren Arbeitsort selbst bestimmen können“, weiß Linke. Mit acht Tagen gewähre man im Marktvergleich jetzt ein sehr hohes Maß an Freiheit.

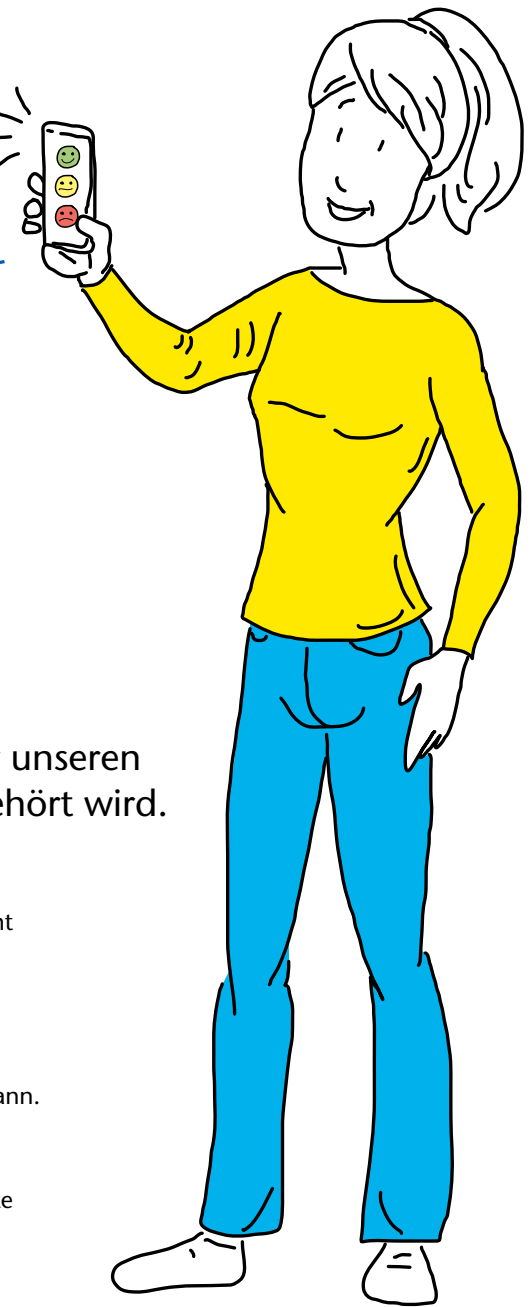
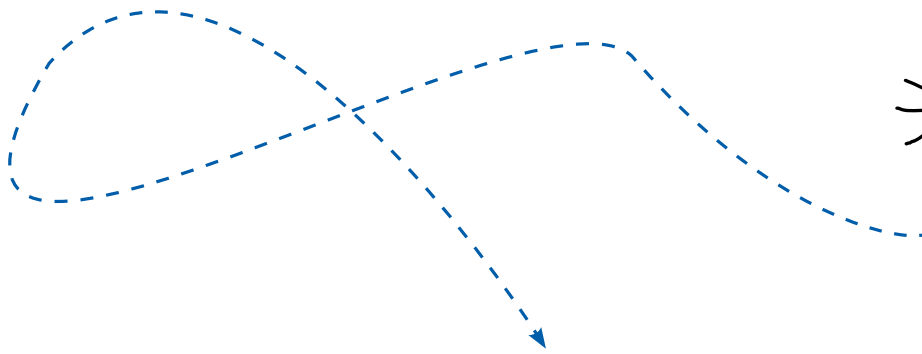
Ausbildung auf gruppenweitem System

Während das mobile Arbeiten auf Stärken des Unternehmens aufsetzt, bietet die ebenfalls 2018 international eingeführte UNIQA Ausbildungsplattform die intern eingeforderten verbesserten Möglichkeiten in der Aus- und Weiterbildung. Die neue Ausbildungsplattform ist das erste System bei UNIQA, das gruppenweit ausgerollt wird. „Sie ermöglicht uns eine strategische Steuerung der Aus- und Weiterbildung im gesamten Konzern“, so HR-Chef Robert Linke.

Neben Österreich ist das System bereits in den EU-Ländern Bulgarien, Kroatien, Polen, Rumänien, der Slowakei und Tschechien produktiv. Die weiteren Länder bereiten seine Einführung gerade vor. Jedes Land hat seinen eigenen Content, der manchmal auch länderübergreifend sichtbar ist.

Ein Vorteil der Ausbildungsplattform ist ihre Compliance nach IDD, der 2018 in Kraft getretenen Versicherungsvertriebsrichtlinie mit ihren Auszubildendenvorschriften, ein weiterer ihre Flexibilität. Führungskräfte im Verkauf können selbstständig lokale Workshops im System anlegen. Auf definierte Bereiche werden zukünftig auch Makler zugreifen können. In Österreich sind mittlerweile Inhalte der Bildungsakademie der österreichischen Versicherungswirtschaft (BÖV) in der neuen Ausbildungsplattform integriert.

Mit nach Börsegesetz verpflichtenden E-Learnings im Bereich Compliance hat die Ausbildungsplattform in Österreich 2018 alle rund 6.000 Mitarbeiter erreicht.



BESSER BEWERTEN VIA SMARTPHONE

Gemeinsam mit dem Start-up holler.live zeigen wir unseren Kunden, dass ihre Meinung willkommen ist und gehört wird.



Rado Raykov, holler.live: Lohnender Weg für UNIQA Kunden

Mit einem einfachen, effektiven Instrument geht UNIQA einen neuen Weg, um Kundenbewertungen noch schneller und direkter einzuholen: In einem Piloten mit dem Start-up holler.live, einer digitalen Bewertungsplattform, erhielten Kunden, die sich telefonisch an UNIQA wandten, per SMS einen Link mit der Bitte, den Prozess zu bewerten. Laut Monika Zimmermann,

Touchpoint- und Anliegenmanagement bei UNIQA, wurden bis Jänner 2019 knapp 5.000 Kunden auf diesem Weg befragt. Insgesamt leisteten rund 20 Prozent der Einladung Folge, „ein sehr guter Wert“, freut sich Zimmermann. Zur Zusammenarbeit kam es über die Kooperation mit dem Start-up-Hub weXelerate. OPEN.Innovation vernetzte holler.live und UNIQA.

Viele unserer Kunden haben bei telefonischem Feedback besser bewertet als per anonymen SMS. Was beweist, dass der neue Zugang sehr authentisch ist. Bewertete ein Kunde schlecht, konnte er einen erneuten Rückruf bestellen. UNIQA erhielt die Chance, Interesse zu wecken und im Dialog auf Kundenanregungen noch besser einzugehen.

QR-Code auf Briefen kommt

Der Pilot war so erfolgreich, dass Anfang 2019 eine einjährige Zusammenarbeit mit holler.live gestartet wird. Aktives Kundenfeedback setzt UNIQA vermehrt ein, auch um Geschäftsprozesse weiter zu optimieren. So wird es auf Kundenbriefen einen QR-Code geben mit der Frage, ob unsere Kunden den Brief ansprechend finden. Zusätzlich wird das Tool für die

UNIQA Website zum Einsatz kommen, um Kundenmeinungen zu neuen Features einholen und rasch Änderungen umsetzen zu können.

Versicherungen als „sensibler Bereich“

„Gerade im Sinne der sozialen Verantwortung ist Transparenz sehr wichtig. Unternehmen können dadurch zeigen, dass sie sich wirklich für ihre Kunden und die Öffentlichkeit interessieren – besonders in einem sensiblen Bereich wie Versicherungen“, sagt Rado Raykov, CEO holler.live: „Wir versetzen große Organisationen in die Lage, ihren Kunden einen offenen, lohnenden Weg zu zeigen, dass ihre Meinung willkommen ist und gehört wird.“



„HIGHTECH BRAUCHT HIGH-TOUCH“

Arbeit ist gesundheitsförderlich, sagt Vitalpsychologe Bardia Monshi. In einer immer diffuseren Arbeitswelt jedoch gehen die regenerativen Räume verloren, und Erkrankungen nehmen zu. Das betriebliche Gesundheitsmanagement von UNIQA greift mit Experten wie Monshi auch auf der so wichtigen sozialen Ebene.

Bardia Monshi: Fehlt der Ausgleich, kippt das System

Herr Monshi, Arbeitsbelastungen steigen, was kann betriebliches Gesundheitsmanagement leisten?

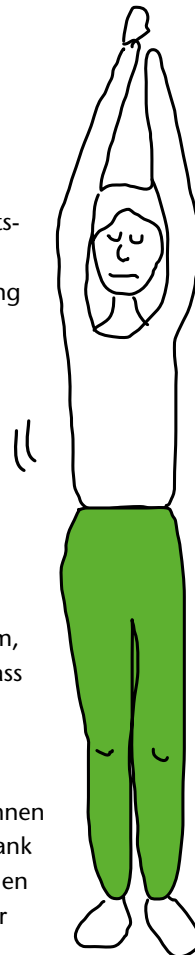
Speziell in den letzten zehn Jahren hat sich die Erkenntnis durchgesetzt, dass Betriebe ihre Fürsorgepflicht gezielt wahrnehmen können und dass die Bedürfnisse einer Firma und die ihrer Mitarbeiter in Einklang stehen sollten. Arbeit an sich ist gesundheitsförderlich, aber die Arbeit muss ihre gesundheitsförderlichen Aspekte auch entfalten können. Dabei hilft das betriebliche Gesundheitsmanagement.

Auf der psychosomatischen Ebene, auf der jeder Einzelne besser mit sich umgehen lernt, auf der Teamebene, bei der es darum geht, aus dem Zwischenmenschlichen mehr Ressourcen zu schöpfen, und auf der Organisationsebene. Das soziale

Befinden ist äußerst gesundheitsrelevant, hat mehr Einfluss auf unsere Gesundheit als Bewegung und Ernährung. Gefühlte Einsamkeit ist geradezu ein Gesundheitskiller.

Betriebliches Gesundheitsmanagement ist präventiv oder auch regenerativ?

Beides, ja, primär geht es darum, Schutzfaktoren zu stärken, sodass es gar nicht zu Krankheiten kommt, sekundär darum, Alarmzeichen richtig deuten zu können, zu erkennen, wo beginnen die Stressfaktoren jemanden krank zu machen. Und tertiär versuchen wir, erkrankte Menschen wieder



zurückzuholen. Führungskräfte spielen dabei eine entscheidende Rolle, und die dazugehörigen Prozesse im Betrieb müssen dafür etabliert werden.

Welche Erkrankungen beobachten Sie verstärkt?

Angststörungen sind massiv auf dem Vormarsch, auch Depressionen. Die Selbststeuerungsanforderung – ein komplizierter Begriff – wird immer höher. Den Menschen ist heute vieles unklarer: Wer führt wen, mit wem arbeite ich, wann arbeite ich, wann mache ich Pause – auf diese Herausforderungen wurde niemand vorbereitet. Wir sagen immer, HighTech braucht High-Touch. Mitarbeiterbindung



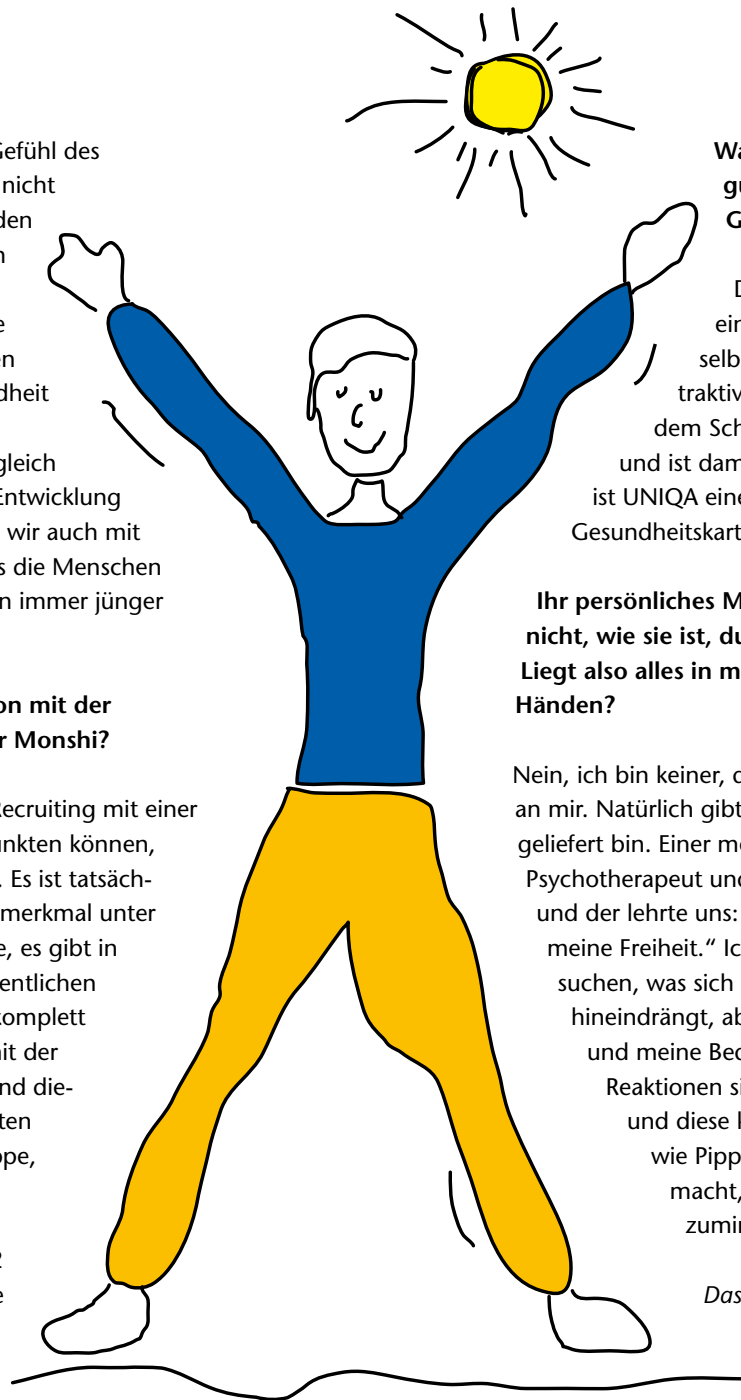
→ funktioniert nicht digital, das Gefühl des Eingebundenseins funktioniert nicht digital. Wir brauchen deshalb den Fokus auf vitalisierende Formen der Arbeitsgestaltung und Kooperation. Weiters ist es eine Tatsache, dass die regenerativen Räume verloren gehen. Gesundheit lebt immer von gelingenden Wechselspielen, wenn der Ausgleich fehlt, kippt das System. Diese Entwicklung wird sich noch verstärken. Was wir auch mit Erschrecken feststellen, ist, dass die Menschen mit Burn-out, mit Panikattacken immer jünger werden.

Wie geht die junge Generation mit der diffusen Arbeitswelt um, Herr Monshi?

Firmen berichten, dass sie im Recruiting mit einer ausgewogenen Life-Balance punkten können, weil die Jungen das einfordern. Es ist tatsächlich zu einem Unterscheidungsmerkmal unter Betrieben geworden. Ich denke, es gibt in der jungen Generation im Wesentlichen zwei Gruppen. Die einen, die komplett auf Flexibilität setzen und so mit der Ungewissheit umgehen. Das sind diejenigen, die sich alles offen halten möchten. Und die zweite Gruppe, die das Leistungsstreben auf die Spitze treibt, da kommen Praktikanten zu uns, die mit 22 schon drei Auslandsaufenthalte verbuchen und zwei Studien parallel absolvieren.

Life-Balance beim Bewerbungsgespräch einzufordern, ist aber eine gesunde Reaktion?

Grundsätzlich ja. Uns irritiert das, weil wir gewohnt waren, zuerst zu leisten und dann zu fordern. Heute wird eben schon frecher zu Beginn gefordert und überprüft, ob die Rahmenbedingungen zur Leistungsbereitschaft passen. Jede Generation versucht das, was die Eltern gemacht haben, besser oder anders zu machen. In diesem Fall wird die Selbstaufgabe für die Arbeit in Frage gestellt. Ich sehe diese Suche nach Verbesserungen und Neugestaltung sogar als Verpflichtung für jede Nachfolgegeneration.



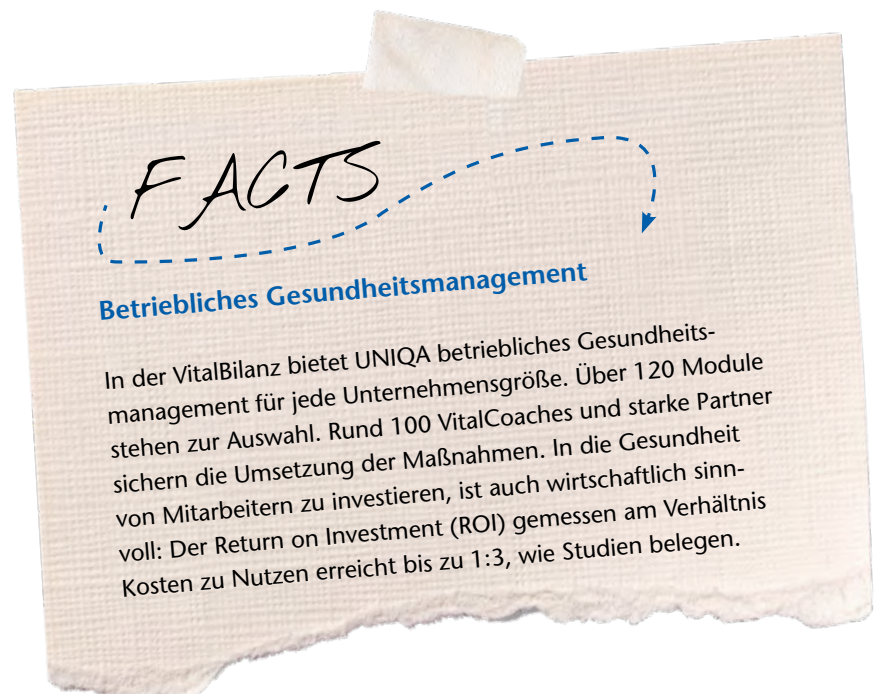
Was macht UNIQA zu einem guten Partner im betrieblichen Gesundheitsmanagement?

Der Gesundheitsfokus, der für einen Krankenversicherer nicht selbstverständlich ist. UNIQA attraktiviert das Thema Gesundheit mit dem Schwerpunkt auf Vitalität zusätzlich und ist damit sehr glaubwürdig. Für mich ist UNIQA eine Versicherung, der man die Gesundheitskarte echt abnimmt.

**Ihr persönliches Motto lautet: „Du siehst die Welt nicht, wie sie ist, du siehst die Welt, wie du bist.“
Liegt also alles in meinen Augen und in meinen Händen?**

Nein, ich bin keiner, der sagt, alles liegt komplett an mir. Natürlich gibt es Umstände, denen ich ausgeliefert bin. Einer meiner Lehrer war der große Psychotherapeut und KZ-Überlebende Viktor Frankl, und der lehrte uns: „Zwischen Reiz und Reaktion liegt meine Freiheit.“ Ich kann mir also nicht immer aussuchen, was sich in meine Wahrnehmung der Welt hineindrängt, aber ich kann meine Reaktionen und meine Bedeutungsgebung gestalten. Diese Reaktionen sind dann Ausdruck meines Seins, und diese kann ich wählen. Ein bisschen wie Pippi Langstrumpf, die sich die Welt macht, wie sie ihr gefällt. Ein bisschen zumindest.

Das Interview führte Barbara Morawetz.



Betriebliches Gesundheitsmanagement

In der VitalBilanz bietet UNIQA betriebliches Gesundheitsmanagement für jede Unternehmensgröße. Über 120 Module stehen zur Auswahl. Rund 100 VitalCoaches und starke Partner sichern die Umsetzung der Maßnahmen. In die Gesundheit von Mitarbeitern zu investieren, ist auch wirtschaftlich sinnvoll: Der Return on Investment (ROI) gemessen am Verhältnis Kosten zu Nutzen erreicht bis zu 1:3, wie Studien belegen.



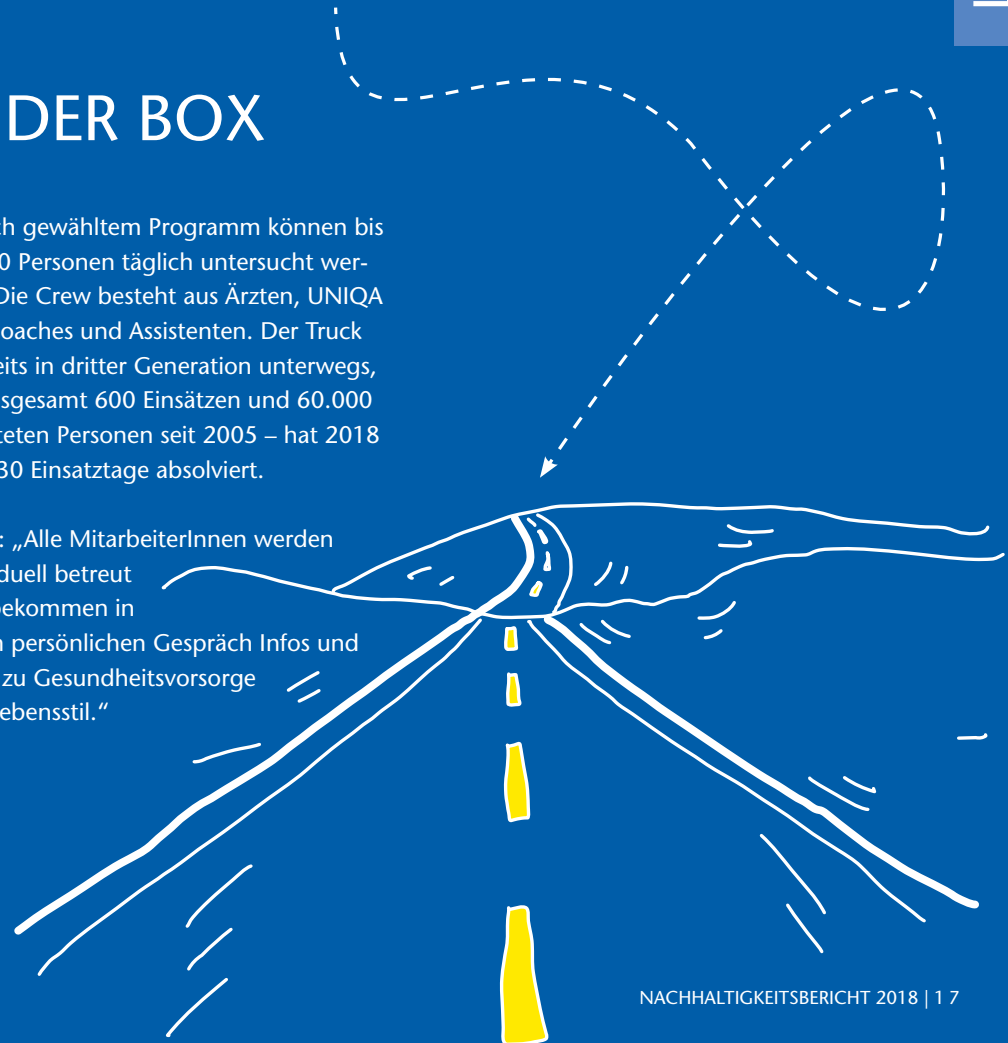
GESUNDHEIT AUS DER BOX

„Das Wohlbefinden und die Gesundheit unserer MitarbeiterInnen ist uns ein großes Anliegen“, schreibt REWE in einem Facebook-Posting. „Eine ganz besondere Aktion“ sei der Mobile HealthCheck von UNIQA, „der im September und Oktober bei mehreren REWE-Stationen Halt gemacht hat!“

Der UNIQA Mobile HealthCheck ist die Gesundheitsvorsorge für Mitarbeiter direkt am Firmenstandort. In den Boxen, die ein Lkw direkt vors Unternehmen bringt, werden in drei verschiedenen Programmen Gesundheit und Fitness überprüft. Auf bis zu 70 Quadratmetern verfügt der Truck über Stromversorgung, Klimaanlage, Barrierefreiheit, Tageslicht und Fußbodenheizung.

Je nach gewähltem Programm können bis zu 100 Personen täglich untersucht werden. Die Crew besteht aus Ärzten, UNIQA VitalCoaches und Assistenten. Der Truck – bereits in dritter Generation unterwegs, mit insgesamt 600 Einsätzen und 60.000 getesteten Personen seit 2005 – hat 2018 rund 30 Einsatztage absolviert.

REWE: „Alle MitarbeiterInnen werden individuell betreut und bekommen in einem persönlichen Gespräch Infos und Tipps zu Gesundheitsvorsorge und Lebensstil.“



SICHER, BESSER, LÄNGER LEBEN: VON DER STRATEGIE ZUM SERVICE

Akutversorgung auch an Wochenenden und Feiertagen, Direktverrechnung beim Privatarzt, eine Gesundheitswebsite und Prävention mit Start-ups sind Angebote, mit denen UNIQA über herkömmliche Krankenversicherungsleistungen hinausgeht.

In Wien, Salzburg und 2019 neu auch in Graz, Klagenfurt und Lustenau (Vorarlberg) können unsere Sonderklasse-Kunden mit dem Akut-Versorgt-Baustein außerhalb gewöhnlicher Arztpraxiszeiten ein bestimmtes Spital oder Ordinationszentrum aufsuchen. Etwa 10.000 Kunden haben die Leistung seit 2017 in ihre Verträge aufgenommen, 1.500 davon bereits beansprucht: mit Prellungen oder Verstauchungen nach Unfällen oder akuten Beschwerden wie Fieber und Kreislaufproblemen.

„Drei Viertel der Patienten wurden an Wochenenden oder Feiertagen behandelt“, weiß Peter Eichler, Vorstand Personenversicherung bei UNIQA Österreich.

Zeit ist Geld

Akut-Versorgt-Patienten genießen den großen Vorteil, kaum auf ihre Behandlung warten zu müssen. Bei einer anderen Serviceleistung müssen unsere Kunden nicht auf ihr Geld warten. UNIQA rechnet – vorerst bei einer Testgruppe von rund 800 Auslandsstudenten, die in Österreich nicht sozialversichert und somit bei UNIQA voll versichert sind – Leistungen direkt mit dem gewählten Wahlarzt ab. Christoph Brand, HNO-Arzt in Wien, ist einer der Partnerärzte. Bei UNIQA wird auch das Gespräch mit dem Patienten honoriert und „man ist nicht getrieben“, sagt

Brand im Rückblick auf seine Tätigkeit als Kassenarzt: „Mein Rekord waren 48 gesehene Patienten an einem Vormittag. Das ist wie ein Maschinengewehr.“

Zur Honorierung von Redezeit gehört auch die Tele-Konsultation. Viele Ärzte haben Vorbehalte, einen Patienten zu beraten, ohne ihn zu sehen, weiß Brand. Wenn man den Menschen und den Verlauf seiner Krankheit kenne, sei die telefonische Konsultation aber „eine tolle Option, man kommt schnell zu etwas und spart sich vielleicht einen persönlichen Besuch. Der Arzt weiß, was telefonisch geht und was nicht.“

Eine organisatorische Herausforderung für Ärzte sei die Terminvergabe. UNIQA verspricht Kunden, die das LARA-Partnernetzwerk (Labore, Ärzte, Röntgen, Apotheken) in Anspruch nehmen, maximal sieben Werktagen Wartezeit auf einen Facharzttermin, zwei auf einen beim Allgemeinmediziner. Und vergütet in derselben Zeitspanne auch das Honorar.

*LARA-Partnerarzt Christoph Brand (HNO):
UNIQA honoriert Redezeit*





2019 wird die Gruppe der Direktverrechnungskunden erweitert, vorerst um jene rund 10.000 sogenannten Opting-Out-Kunden, die als Angehörige einer bestimmten Berufsgruppe (Rechtsanwälte, Architekten etc.) auch ihre Pflichtversicherung frei wählen können und ausschließlich privat versichert sind. „Parallel dazu sind wir dabei, das LARA-Partnernetzwerk der niedergelassenen Ärzte um Apotheken, Labors und Röntgeninstitute zu vergrößern“, so Vorstand Eichler.

Gesundheitscontent gebündelt

Ein Service völlig unabhängig von Verträgen bei UNIQA ist das 2018 gelaunchte Gesundheitsportal medUNIQA. User bekommen hier frei zugänglich hochwertigen Gesundheitscontent, mit Fitness- und Ernährungsexperten erstellt und von Medizinern geprüft.

„Als führender Gesundheitsversicherer Österreichs mit der Strategie, unseren Kunden ein sicheres, besseres und längeres Leben zu ermöglichen, möchten wir mit www.meduniqa.at unsere Positionierung als Servicedienstleister vorantreiben und stärken“, sagt Peter Eichler.

Neben vielen Artikeln finden sich auf der Website 150 Trainingsvideos, mit UNIQA VitalCoaches gedreht und zu Workouts zusammengestellt.



Vorstand Peter Eichler: „Wir vergrößern unser Ärzte-Partnernetzwerk“

Start-ups einbezogen

Zwei Kooperationen mit Start-ups haben 2018 Prävention in den Vordergrund gerückt: Das niederösterreichische Unternehmen VivaBack, das auch im Innovatoren-Netzwerk des Impact Hub Vienna mit UNIQA Beteiligung gefördert wird, hat ein Gerät zur Langzeit-Rückenmessung entwickelt. Und bei UNIQA VitalCoaches und Wiener Mitarbeitern erstmals im Firmenumfeld getestet.

Geschäftsidee des Start-ups myClubs wiederum ist es, bewegungsfreudige Menschen ohne Lust auf Bindung an ein bestimmtes Fitnessstudio ins Training zu bringen. In Kooperation mit derzeit rund 400 Sportanbietern in ganz Österreich können myClubs-Mitglieder via App Einheiten buchen.

UNIQA Mitarbeiter haben das Angebot 2018 in einem Testbetrieb kostenlos genutzt und das Kontingent – 1.300 Einheiten – vor Fristablauf zum Jahresende aufgebraucht.

GESUND LEBEN IST UNSERE DNA

Privatkunden in der Krankenversicherung können über den Zusatzbaustein „UNIQA VitalPlan“ ab 2019 eine Lifestyle DNA-Analyse machen lassen.

In Zusammenarbeit mit der Sport Media Vertriebs AG erhalten unsere Kunden auf Wunsch ein wissenschaftlich fundiertes, auf sie persönlich zugeschnittenes Ernährungs- und Bewegungsprogramm. Markus Hengstschläger, Professor für Medizinische Genetik an der MedUni Wien, erläutert dazu seine Sicht der Dinge.

Herr Professor Hengstschläger, an jeder Ecke bekommen wir Tipps zum „sicheren“ Abnehmen. Warum wirken sie – aus genetischer Sicht – beim einen besser, beim anderen gar nicht?

Einerseits ist dazu zu sagen, dass gerade bei den Themen Ernährung und Abnehmen der Mensch ganz sicher nicht auf seine Gene reduzierbar ist. Eine gesunde, ausgewogene Ernährung, Sport und eine allgemein gesunde Lebensführung sind und bleiben die in der Regel wichtigsten Faktoren. Andererseits beschäftigt sich die Forschungsrichtung Nutrigenomik (eine Interaktion zwischen Ernährungswissenschaft und Genomforschung) unter anderem mit der Frage, inwieweit die Effekte von Diäten bzw. allgemeiner von Nahrungsbestandteilen auch auf die individuelle Variabilität des Erbguts jedes einzelnen Menschen zurückzuführen sind. Das ist ein Forschungsgebiet, das heute noch in den Kinderschuhen steckt,

mit dem Ziel, einmal personalisierte Ernährungsempfehlungen entwickeln zu können.

Was ist gesunde Ernährung – genetisch betrachtet?

Aus der Sicht der Menschen, die die Nahrung zu sich nehmen, ist heute aus dem Fachgebiet der Nutrigenomik klar,



Markus Hengstschläger: Allgemeine Empfehlungen, aber „im Detail Unterschiede“

dass Menschen verschiedene Nahrungsmittel verschieden gut „vertragen“. Einerseits weiß man generell, was allgemein gesprochen gesund und was weniger gesund ist. Man muss aber auch davon ausgehen, dass es dabei im Detail Unterschiede geben kann, die von

den individuellen genetischen Anlagen jedes einzelnen Menschen abhängen können.

Wird ein Test wie die Lifestyle DNA-Analyse künftig breitenwirksam?

Ich halte drei Aspekte für wichtig:

- 1) Der Zusammenhang zwischen Genen und Ernährung ist sehr komplex und noch bei Weitem nicht vollständig erforscht.
- 2) Für manche Fragestellungen kann solch ein Ansatz sinnvoll und von Nutzen sein, für andere nicht.
- 3) Entsprechende Aufklärungen sollten immer Teil des Programms sein.

Und was mache ich nun, wenn mir die Empfehlungen der Lifestyle DNA-Analyse gar nicht „schmecken“?

Ich sehe sie als Zusatzmaßnahmen, die Hilfestellungen darstellen könnten. Die allgemeinen Ansätze der gesunden Ernährung und Lebensführung stehen klar im Vordergrund. Mein Motto lautet: Es geht nicht nur darum, dem Leben Jahre zu geben, sondern vor allem auch, den Jahren Leben zu geben. Auch aus ethischer Sicht sollte hierbei jeder Mensch – vorausgesetzt, die Schädigung Dritter ist ausgeschlossen – seinen individuellen Ansatz wählen dürfen.

SICHER BESSER ANSPAREN

Die neue fondsgebundene Lebensversicherung richtet sich an Anleger, die Sicherheit suchen und steuerlich optimieren wollen.

Wer seinen Lebensstandard auch in der Pension halten will, muss die staatliche Vorsorge privat ergänzen. „Mit der fondsgebundenen Lebensversicherung bringen wir ein Produkt auf den Markt, das unseren Kunden hilft, die drohende Pensionslücke zu schließen“, sagt Klaus Pekarek, Vorstand der UNIQA Bankenvertriebsmarke, der Raiffeisen Versicherung. „Meine Raiffeisen FondsPension“ kann seit Jahresmitte 2018 in rund 2.000 Raiffeisen Bankstellen in Österreich abgeschlossen werden. Pekarek: „Wir wenden uns damit an den ertragsorientierten Anleger, der Sicherheit sucht und steuerlich optimieren will. Wenn man kurzfristig denkt, kann bei Wertpapieren ein gewisses Risiko bestehen. Aber Statistiken zeigen, dass je länger eine Veranlagung – beispielsweise in Aktien – besteht, die Wahrscheinlichkeit von Verlusten zurückgeht. Außerdem können Wertpapiere langfristig höhere Renditen bieten als viele andere Geldanlagen.“ Während der Ansparphase entscheidet sich unser Kunde für eine Veranlagungsstrategie. „Sicherheit“, „Ertrag“, „Wachstum“ oder „Active Aktien“ stehen je nach Risikoneigung zur Wahl.

Neue technologische Ära

„Meine Raiffeisen FondsPension“ ist konzernweit das erste Produkt auf UIP (UNIQA Insurance Platform). Das neue System hilft, Produkte und Prozesse zu harmonisieren und die Kundenerwartungen an eine exzellente Abwicklung zu



Klaus Pekarek, Vorstand Bankenvertrieb:
„Jetzt Pensionslücke schließen“

erfüllen. „Mit UIP hat bei uns ein neues technologisches Zeitalter begonnen“, sagt Erik Leyers, COO UNIQA Group: „UIP wird uns in der Administration besser, schneller und effizienter machen. Davon profitieren unsere Kunden und Vertriebspartner und



COO Erik Leyers: „Ein neues technologisches Zeitalter hat bei uns begonnen“

damit die gesamte UNIQA Group.“ Nach der fondsgebundenen Lebensversicherung wandern sukzessive Schaden-/Unfallprodukte und die klassische Lebensversicherung auf die neue Plattform.

Einsteigen, Zug fährt ab!

Die persönliche Pensionslücke kommt schneller, als man in jungen Jahren denkt. Mit der „FlexSolution Kindervorsorge“ hat UNIQA Österreich 2018 ein Produkt entwickelt, das sich ideal als Geschenk eignet, wenn die zukünftigen Pensionsempfänger noch sorglos im Kinderzimmer spielen. Ab 25 Euro pro Monat können Oma oder Opa dem Nachwuchs eine Pension oder ein Zusatzeinkommen sichern. Die FlexSolution Kindervorsorge ist als Grundstein für eine lebenslange Pension gedacht, aber wie der Name sagt, flexibel: Weil auch Meilensteine wie der Führerschein, die erste eigene Wohnung oder unvorhergesehene

Überraschungen finanziert werden müssen, können unsere Kunden jederzeit auf das vorhandene Guthaben oder Teile davon zugreifen. Umgekehrt sind Zuzahlungen im Rahmen des Vertrags möglich, etwa zur Firmung, zum Geburtstag oder zum Schulabschluss. Je jünger die Kinder bei Vertragsabschluss sind, desto mehr schaut für sie am Ende heraus. Für die Bemessung bei der Pensionsgarantie sind nämlich die Berechnungsgrundlagen zum Abschlusszeitpunkt entscheidend.



SICHER ZU LUFT UND LAND

Neue Techniken, neue Gefahren, neue Sicherheiten: UNIQA sensibilisiert für den Handyverzicht am Steuer und für den verantwortungsvollen Umgang mit privaten Drohnen.

Drohnen sorgen immer häufiger für brenzlige Situationen am Himmel. Störungen des internationalen Flugverkehrs wie 2018 in Großbritannien kommen für UNIQA nicht überraschend: „Wir wissen, dass allein in Österreich über 100.000 Spielzeugdrohnen herumfliegen. Das sind Flugkörper bis zu einem Gewicht von 250 Gramm bzw. 79 Joule Bewegungsenergie“, sagt Andreas Kößl, Vorstand Sachversicherung. Dazu kommen die schweren und somit besonders gefährlichen. Kößl: „Abstürze können Menschen bereits schwer verletzen,

von Kollisionen mit Flugzeugen und Hubschraubern ganz zu schweigen.“

Drohnen mitversichert

In der UNIQA Haushaltsversicherung ist automatisch eine Haftpflichtversicherung sowohl für Spielzeug (Drohnen bis 79 Joule Bewegungsenergie bzw. 250 Gramm) als auch für Flugmodelle bis fünf Kilogramm inkludiert. Für eine „richtige“ Drohne, also ein unbemanntes Luftfahrzeug der Klasse 1 mit dem Zweck, zum Beispiel Foto- und Filmaufnahmen anzufertigen, ist eine eigene Haftpflichtversicherung erforderlich. Diese Haftpflicht kann als Zusatzbaustein in der UNIQA Haushaltsversicherung abgeschlossen werden. Alle Drohnen mit einem Gewicht über 250 Gramm benötigen eine Genehmigung der Flugsicherheitsbehörde Austro Control.

Vor einer ganz anderen Gefahr aus der Luft, die ebenfalls zunimmt, schützt UNIQA über 500.000 Kunden mit der Unwetterwarnung. Bei drohendem Starkregen, Schneemassen, Hagel und Stürmen am Wohnort kommt Nachricht per SMS und E-Mail. 2018 hat UNIQA 8,5 Millionen zielgenaue Warnungen verschickt, die meisten vor Gewittern.

*Andreas Kößl, Vorstand Sachversicherung:
„Abstürzende Drohnen können Menschen schwer verletzen“*



*Sabine Usaty, Vorstand Kunde & Markt:
„Wir verbinden den Appell ‚Handy weg vom Steuer‘ mit vergünstigten Prämien“*

Datenmissbrauch verhindern

Im Äther lauern Gefahren, die sich weit weniger pompös, aber genauso einschneidend entladen können wie Unwetter. Ende 2017 hat UNIQA Österreich das Produkt CyberPrivat auf den Markt gebracht. Für eine Monatsprämie von einheitlich 5 Euro gibt es ein Onlinemonitoring, welches das Internet samt Darknet permanent nach Missbrauch etwa von E-Mail- und Bankdaten scannt. „Daneben bieten wir Schutz bei Onlinekäufen, die nicht geliefert werden“, erklärt Vorstand Andreas Kößl.



Cyberbausteine gibt es auch für Firmen- und Industriekunden (siehe auch Seite 24–25). Sie zielen vor allem darauf ab, die Langzeitfolgen von Cyberattacken wie Betriebsunterbrechungen und Imageschäden abzufedern.

Weniger Handy, weniger Prämie

Handy am Steuer ist in den letzten Jahren zur Auto-Unfallursache Nummer 1 geworden. UNIQA verbindet Prävention mit Motivation und lässt Kunden, die beim Lenken auf das Handy verzichten, im Kfz-Tarif in Verbindung mit SafeLine bis zu 50 Prozent Kfz-Haftpflicht-Jahresnettoprämie nach. 2018 hat UNIQA die Kampagne des reichweitenstärksten österreichischen Radiosenders Ö3 gegen die Handynutzung im Straßenverkehr „Ich bin kein Smartloch“ unterstützt. „Ö3 hat Österreich für die Botschaft ‚Handy weg vom Steuer‘ schon stark sensibilisiert, und wir verbinden das mit vergünstigten Versicherungsprämien für unsere Kunden“, erklärte Sabine Usaty, Vorstand Kunde & Markt bei UNIQA Österreich.

Neben der Prämienersparnis durch Handyverzicht kann unser Kunde zusätzlich Punkte für sogenannte Goodies sammeln, die etwa für Reise- und Autoservicegutscheine, aber auch für ein Fahrsicherheitstraining eingelöst werden können. Nicht nur Preisnachlässe sprechen für UNIQA SafeLine. Der automatische Alarm via GPS ortete von 2008 bis 2018 3.700 Unfälle und 240 Diebstähle. Bei kleineren Pannen oder gesundheitlichen Problemen hilft der NotfallKnopf, und den gibt es zusätzlich zum Auto auch am Handy, was bei Freizeitaktivitäten wie Wandern, Joggen und Radfahren hilfreich

ist. Sabine Usaty: „Durch die Alarmierung können die Ersthelfer schneller am Unfallort sein.“

Datenübertragungen mit SafeLine sind für unsere Kunden transparent und nachvollziehbar, betont Sachversicherungsvorstand Andreas Kößl: „Kunden sind kritischer, aber auch sicherheitsbewusster geworden und schätzen die Vorteile der raschen Hilfe in Notsituationen. Im Jahr 2018 wurden mehr als 7.000 SafeLine Verträge abgeschlossen, der stärkste Monat war dabei der Juni – direkt nach der Ö3-Kampagne vom Mai.“

Im Juni 2018 ist auch der UNIQA Handyverzichtsrechner auf www.uniqa.at online gegangen. Er errechnet neben der indikativen monatlichen Kfz-Haftpflichtprämie mit SafeLine die maximale Ersparnis für ein Jahr bei vollem Handyverzicht.

*Drohnen sind gefährliche Spielzeuge:
UNIQA versichert sie in verschiedenen Paketen*

Prävention auch ohne Polizze

Noch einmal Handyverzicht: Im April 2018 haben UNIQA und Telematikpartner Dolphin Technologies die Mobilitätsplattform goSmart gegründet. Die App motiviert zu einer sicheren Fahrweise und soll die zentrale Anwendung für die Auswahl, Nutzung und Bezahlung verschiedener Verkehrsmittel werden. „Risiken zu versichern bedeutet für uns nicht nur, finanzielle Hilfe für entstandenen Schaden zu leisten“, sagt UNIQA Vorstand Andreas Kößl. Unfälle sollen mithilfe der App gar nicht erst passieren. „Das unterstützt uns bei unserem Ziel, dass unsere Kunden sicher, besser und länger leben.“ Wie beim Kfz-Tarif SafeLine wird Smartphone-Verzicht belohnt, aber unabhängig von bestehenden Verträgen mit UNIQA. Und Fahrsicherheit geht über die Handynutzung weit hinaus: Künftig könnte die App beispielsweise einen Fahrschein für öffentliche Verkehrsmittel anbieten, wenn die Wetterprognose starke Regenfälle auf dem Arbeitsweg erwarten lässt.



„WIR SCHÜTZEN WIRTSCHAFT UND BEVÖLKERUNG“

Die UNIQA Industrierversicherung hilft ihren Kunden dabei, Unternehmen sicherer zu gestalten, Risiken zu erkennen und Gefahren zu minimieren. Dazu gibt sie auch sicherheitstechnische Innovationen an die Betriebe weiter.

UNIQA zieht sich als Versicherer von Kohlekraft zurück. Ab 2019 werden konzernweit keine neuen Risiken mehr gezeichnet. Kohle tritt damit in eine Reihe mit ethisch fragwürdigen Risiken wie Waffenproduktion, die UNIQA von einer Übernahme ausschließt. „Kohle ist unbestritten der klimaschädlichste

verhältnismäßig niedrigem Kohlendioxid-Ausstoß nicht gebaut, dafür aber alte mit hohen Emissionswerten hochgefahren werden? Svoboda: „Das ist ganz klar ein Problem. Kohlebasierte Industrien aus der eigenen Wertschöpfungskette herauszunehmen, ist der erste Schritt, um deren Kohlendioxid-Belastungen zu stoppen. Ganz sicher wird das nur auf der Basis gesamtgesellschaftlicher Anstrengungen gelingen, die kein Land und keine Industrie allein schultern kann.“

ganz neue Materialien und damit auch Sicherheitsrisiken kennen. Mit unserem Wissen über sicherheitstechnische Innovationen helfen wir den Betrieben, Gefahren zu minimieren.“

Neue Gefahren durch Erderwärmung

UNIQA zeichnet ab 2019 kein Neugeschäft mit Kohle. Die Beschäftigung mit dem Klimawandel lässt sich im Industrie- und Gewerbebetrieb aber nicht auf Kohle reduzieren. Neue, erdewärmungsbedingte Risiken gefährden Mensch und Umwelt. Olivera Böhm hat ein drastisches Beispiel: „Wenn ich in der Alpenregion eine Fabrik versichere, muss ich mich mit Permafrost auseinandersetzen, muss ich damit rechnen, dass der Berg irgendwann herunterkommt. Wir sind im Ernstfall diejenigen, die Bevölkerung und Wirtschaft schützen.“

Beratung bei Sicherheitsstandards

Die UNIQA Industriesparte unterstützt Betriebe aller Branchen dabei, auf den neuesten Stand der Technik zu kommen. „Auch im Hinblick auf Umweltstandards“, sagt Olivera Böhm, Leiterin UNIQA Corporate Business. „Wir helfen, wenn es um die Einhaltung hoher Sicherheitsstandards geht, und beraten bei Vorkehrungsmaßnahmen.“ Im UNIQA Industriegeschäft ist jedes Risiko individuell und jedes Produkt maßgeschneidert. Das hauseigene Risiko-Engineering erhebt mögliche Gefährdungen nicht nur vor Vertragsabschluss, sondern alle paar Jahre neu. Böhm: „Eine junge Gefahrenquelle sind etwa selbstfahrende Autos auf einem Firmengelände oder elektromagnetische Felder. Aber auch alles, was mit 3D-Druck möglich wird. Da lernen wir

Zukunftsrisiko Cyberangriff

Zu den immer größeren Risiken für Industrie- und Gewerbebetriebe zählt Cyberkriminalität. Zwei Drittel der österreichischen Großunternehmen waren bereits von Cyberangriffen betroffen, weitere 21 Prozent können es nicht ausschließen. UNIQA Österreich



Kurt Svoboda: Abschied von kohlebasierten Industrien

Brennstoff zur Stromerzeugung. Das Risiko, das mit dem Kohlegeschäft langfristig verbunden ist, wiegt schwerer als kurzfristige Geschäftsinteressen“, betont Kurt Svoboda, CFO/CRO der UNIQA Group und Vorstandsvorsitzender UNIQA Österreich. Dennoch sei der Entscheidung ein Nachdenkprozess vorausgegangen. Was tun, wenn neue Kraftwerke mit

UNIQA TOWER ALS TEILCHEN- BESCHLEUNIGER

„Weil wir ihnen diverse Risiken abnehmen und in einer Gemeinschaft tragen, können die Forscher von CERN sich ganz aufs Forschen konzentrieren.“ So Olivera Böhm in ihrer Keynote bei „Forschung? Was geht mich das an!“ am 8. September 2018 im Naturhistorischen Museum in Wien. Die Veranstaltung des Kernforschungszentrums CERN wurde mit dem UNIQA Tower zum Stadtgespräch. Die LED-Fassade des UNIQA Headquarters zeigte an fünf Abenden ein Wechselspiel von Teilchenbeschleunigung, Fusion und Explosion. Mehr als 40.000 Bildpunkte und 160.000 einzelne LEDs auf über 7.000 Quadratmetern Gebäude-Außenfläche interpretierten Schwerpunkt und Stellenwert des CERN.

Versicherungspartner seit 50 Jahren

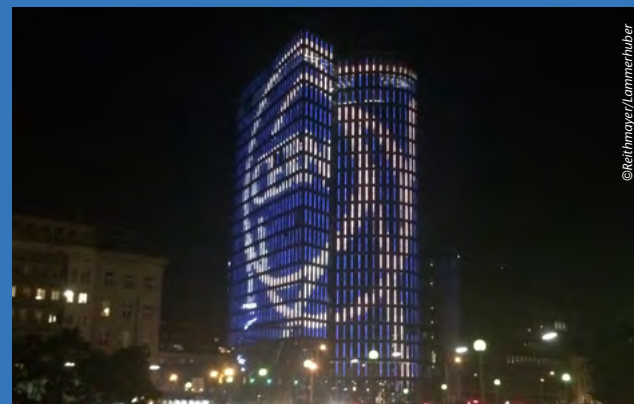
CERN bündelt Personen aus aller Welt in Großprojekten und veranstaltet Konferenzen, Forschungs- und Entwicklungsaufenthalte in allen Mitgliedsstaaten. Kooperationspartner wie UNIQA sind dabei unerlässlich. Über die Schweizer Tochter



©UNIQA/Sabine Klimpt

Olivera Böhm: „Wir beraten Betriebe bei Vorkehrungsmaßnahmen“

hat 2018 eine Versicherung für Industriebetriebe zum Schutz gegen Cyberattacken auf den Markt gebracht. Versichert sind Haftpflichtansprüche etwa aus Datenschutzverletzungen oder Cyberattacken, Eigenschäden wie Betriebsunterbrechungen und die Wiederherstellung aller Systeme und Daten. Gedeckt sind auch Kosten von behördlichen Verfahren bei Datenschutzverletzungen. Der Deckungsrahmen kann bis zu 20 Millionen Euro betragen. Krisenmanagement wie anwaltliche oder Public-Relations-Beratung fallen ebenfalls unter den Deckungsumfang. Der Risiko-Report als Basis für den Versicherungsabschluss ist für unsere Kunden zugleich eine umfangreiche Stärken-Schwächen-Dokumentation des eigenen Unternehmens. Olivera Böhm: „Diese Kombination aus Prävention und Services ist ein Paket, das weit über den reinen Versicherungsschutz hinausgeht.“



©Reithmayer/Lammerhuber

CERN in Wien: Der UNIQA Tower beleuchtet

bietet UNIQA multinationalen Unternehmen und Organisationen eine breite Palette internationaler Krankenversicherungslösungen. Damit sind in Summe rund 30.000 Personen bei UNIQA umfassend abgesichert. Seit 1971 hat UNIQA als Krankenversicherer von CERN einige bahnbrechende Entwicklungen begleitet. Nicht zuletzt den leistungsstärksten Teilchenbeschleuniger der Welt, den LHC (Large Hadron Collider), der 2018 zehn Jahre alt geworden ist. Böhm: „So gesehen haben wir einen nicht unerheblichen Anteil an den Entwicklungen der Wissenschaft.“

„ÜBER KOHLE BRAUCHEN WIR NICHT ZU REDEN“

Nachhaltige Veranlagung ist eigentlich ein Risikomanagement-Tool“, meint Franz Hagmann vom Portfoliomanagement der UNIQA Capital Markets (UCM): „Keine moralische Fleißaufgabe, sondern wirtschaftlich geboten.“ Eine schlechte Governance falle einem irgendwann auf den Kopf, dafür gebe es genügend Beispiele in jüngster



Franz Hagmann: Nachhaltigkeit als ökonomischer Erfolgsfaktor

Vergangenheit. Der Anstieg der weltweiten Naturkatastrophen als Folge der Klimakrise berühre Versicherungen ganz unmittelbar. Eine gesellschaftlich und ökologisch verantwortungsvolle Geldanlage sei daher langfristig auch ökonomisch erfolgreich und unterstütze die klassischen Investmentziele Ertrag, Sicherheit und Liquidität. „Die Reputation bei unseren Kunden, die Treue der Mitarbeiter, korruptionsfreie Strukturen, all das sind ökonomische Erfolgsfaktoren für Unternehmen, Länder und Investoren“, so Hagmann.

Gutes Ergebnis nach ESG

Die UNIQA Group hat ihre Finanzanlagen 2018 erstmals nach international anerkannten ESG-Kriterien (Environment, Social, Governance) analysiert. Das Ergebnis: eine sehr hohe Gewichtung am oberen Ende der fünfteiligen Skala. „Gut 40 Prozent unserer Assets haben die Höchstnote von drei Punkten erhalten“, berichtet Franz Hagmann. „Das liegt auch daran, dass unser Portfolio speziell in der Lebensversicherung sehr sicherheitsbetont ist, viele Staatsanleihen beinhaltet und Staaten in der Regel nach ESG gut bewertet sind.“ Auf Basis des guten Ergebnisses und in Zusammenarbeit mit dem Unternehmensberater Reinhard Friesenbichler ist in der zweiten Jahreshälfte 2018 ein Nachhaltigkeitskonzept entstanden, an dem sich die Veranlagung künftig orientiert.

Von wenig bis null Toleranz

Die UNIQA Assetmanager kennen für Unternehmen, Staaten und sonstige Emittenten je unterschiedliche Nachhaltigkeits- und Negativkriterien. Die Nachhaltigkeitskriterien reichen von der Arbeitssicherheit (in einem Unternehmen) bis zum Faktor Zivilgesellschaft (in der Staatsverwaltung). Die Negativkriterien kreisen um die Themen gesundheits- und umweltschädliche oder unethische Produkte, Dienstleistungen oder Marktverhalten und Menschenrechtsverletzungen. „Unsere Negativkriterien heißen bewusst nicht Ausschlussgründe“, stellt Franz Hagmann klar. Man achte beispielsweise

Verantwortungsvolle Investments rechnen sich in vielerlei Hinsicht: Die Österreichische Gesellschaft für Umwelt und Technik hat der Veranlagung von UNIQA Österreich für 2018 das ÖGUT-Nachhaltigkeitszertifikat in Bronze verliehen.

bei Staaten auf ein Bekenntnis zu den relevanten internationalen Menschenrechtsvereinbarungen. Zugleich sei es schwierig, Amerika oder Japan völlig aus der Veranlagung auszuschließen, Staaten, die immer noch die Todesstrafe kennen. Vereinfacht gesagt muss ein nachhaltiges Portfolio daher die Anzahl der Positionen mit Negativkriterien möglichst klein halten. Was tun, wenn französische Staatsanleihen die Nuklearenergie, zumindest indirekt, fördern? Für ein international agierendes Unternehmen seien Länderauflagen zu berücksichtigen. Hagmann: „Ich kann auch nicht den Kollegen in Russland vorschreiben, dass sie keine russischen Staatsanleihen kaufen dürfen.“

Bei anderen Negativkriterien ist die Sache einfacher. „Über Kohle brauchen wir nicht zu reden.“ Bis vor Kurzem hatte UNIQA 5 Millionen Euro in Kohle investiert. Eine Anleihe wurde 2018 verkauft, die zweite läuft im Jahr 2019 aus. Genauso sei klar, „dass wir keine Tretminenproduktion finanzieren.“

Dynamischer Prozess

Nachhaltiges Vermögensmanagement sei ein dynamisches Feld, betont Hagmann, immer neuen Erkenntnissen, Sichtweisen und Möglichkeiten unterworfen. „Unser Nachhaltigkeitskonzept ist deshalb eigentlich ein Nachhaltigkeitsprozess. Er spiegelt unser größtmögliches Bemühen um die soziale und ökologische Qualität der Kapitalanlagen wider, nach bestem Wissen und Gewissen der jeweiligen Gegenwart.“

In Gesundheit investieren

Die UNIQA Capital Markets (UCM) geht seit 2018 neue Wege in der Veranlagung von Krankenversicherungsgeldern. Ein kleiner Teil des Deckungsstocks, 200 bis 300 Millionen Euro, soll in den nächsten Jahren in bereits etablierte mittelständische Unternehmen aus den Bereichen Medizintechnik, Diagnostik oder Gesundheitsversorgung fließen, beschreibt UCM Geschäftsführer Andreas Bertl die Pläne. Das Ziel der neuen Marke „UNIQA Health Invest“, einer Kooperation von UCM und der Krankenanstalten-Tochter PremiQaMed, sind langfristige Minderheitsbeteiligungen an 10 bis 15 Unternehmen.

Investiert werden soll vornehmlich in Firmen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Beim Zugang zu den besten Unternehmen helfen die Experten der PremiQaMed und einzelne Fondsinvestments, die sich auf den Gesundheitsbereich spezialisiert haben. Neben einer attraktiven Investmentrendite gewinnt UNIQA über das neue Beteiligungsportfolio auch fachliche Expertise und Marktkenntnis.

Andreas Bertl: Investitionen mit Know-how-Gewinn verbinden



©UNIQA

LEICHTER LEBEN

Digitale Features machen den Alltag unserer Kunden einfacher und sorgen dafür, dass UNIQA immer und überall mit dabei ist. Neue Technologien helfen auch bei der Verbesserung des Energiemanagements.

Über gut gemachte Websites und Applikationen kommen unsere Kunden einfacher, schneller und über verschiedenste Wege mit dem Unternehmen in Kontakt. Das Kundenportal myUNIQA ist seit Sommer 2018 im neuen Design online und für mobile Endgeräte optimiert. Eingereichte Schäden und Rechnungen sieht der User in einer Zeitleiste, alle Verträge findet er assoziativ in den Bereichen Gesundheit, Kfz, Wohnen und Leben. „myUNIQA neu wird Schritt für Schritt zu einem der wichtigsten Instrumente der Kommunikation mit unseren Kunden“, sagt Sabine Usaty, Vorstand Kunde & Markt: „Als modernes Portal bildet es das Herzstück für unsere

Service- und Produktlandschaft.“ Rund ein Drittel aller myUNIQA User hat sich auch für das elektronische Postfach registriert. Etwa 120.000 Kunden haben damit nicht nur automatisch Ordnung in ihren Unterlagen, sie helfen auch, Papier, Tinte und Porto zu sparen.

Foto und fertig

2018 neu auf den Markt gekommen ist die myUNIQA App, die auch eine bequeme Übermittlung von Arzt- und Medikamentenrechnungen via Handyfoto



möglich macht. Die myUNIQA App wurde seit dem Start im Mai bereits mehr als 30.000 Mal heruntergeladen und wird täglich von über 2.000 Kunden genutzt. Die Möglichkeit, Einreichungen in der privaten Krankenversicherung über die myUNIQA App für iOS oder Android zu erledigen, wurde allein im Dezember 12.000 Mal in Anspruch genommen.

Was UNIQA besonders freut: Wurde die App einmal ausprobiert, verwenden die meisten User die mobile Anwendung auch regelmäßig weiter. „Die neue myUNIQA App übersetzt unseren Anspruch, immer und überall für unsere Kunden da zu sein, in die mobile Onlinewelt“, sagt Sabine Usaty. „Wir alle können heute rund um die Uhr

jede erdenkliche Information beziehen, jede Ware kaufen und nun eben auch orts- und zeitunabhängig unsere UNIQA Versicherungsleistungen überblicken und verwalten. Mit der myUNIQA App sind wir in der Lebenswelt vieler Menschen, die das Smartphone täglich benutzen, angekommen.“

Chatbot weiß die Antwort

Ein Shootingstar war 2018 der Chatbot auf uniqa.at. Er hat Antworten auf immer mehr Kundenfragen, zeigt die Kontaktdaten von Beratern oder VitalCoaches in der Nähe an und organisiert auch Rückrufe. In den vergangenen Monaten verzeichnete der UNIQA ServiceBot relativ konstant um die 5.500 Aufrufe pro Monat. Aktuell

arbeitet UNIQA an einem optimierten Ablauf für die Schadenmeldung und am Beantworten von dazugehörigen Fragen. Der UNIQA ServiceBot ist übrigens mit Hilfe eines Start-ups entstanden.

Ein anderes Start-up, das sich mit künstlicher Intelligenz beschäftigt, kooperiert ebenfalls mit UNIQA. Enerbrain hat eine Lösung entwickelt, die unter anderem mit Hilfe von Apps, selbstlernenden Algorithmen, intelligenten Sensoren und einer Cloudlösung die Energiebilanz von Gebäuden verbessern kann. Das spart schädliches Kohlendioxid ein, bringt den in den Gebäuden arbeitenden oder lebenden Menschen mehr Komfort und verringert die Energiekosten. Sagt der Wetterbericht etwa stark steigende oder fallende Temperaturen vorher, können die Heiz- oder Kühlgeräte schon einmal energieeffizient in Stellung gehen. Enerbrain testet seine Erfindung derzeit an einer UNIQA Immobilie in Wien.

MEHR ONLINEGESCHÄFT 2018

Immer mehr Kunden nutzen das Onlineangebot von UNIQA Österreich. 2018 wurden über 2 Millionen Euro Jahresprämie über www.uniqa.at erwirtschaftet. Das Onlinegeschäft steigt kontinuierlich an. 2018 wurden um 10 Prozent mehr Polizen online abgeschlossen als im Jahr davor. Die beliebtesten Onlineprodukte sind Reise- und Haushaltsversicherungen. Auch private Krankenversicherungen werden von Usern oft online berechnet und dann beim Berater gekauft. UNIQA International verkaufte 2018 über die Websites 118.129 Polizen. Den überwiegenden Teil machten auch hier Reiseversicherungen (83 Prozent) aus, gefolgt von Kfz (8 Prozent) und Haushalt (5 Prozent). 77.788 Leads zum Berater wurden dem Vertrieb zusätzlich zu Verfügung gestellt.





Lebendige Fassade: Die UNIQA Landesdirektion in Graz wird zum vertikalen Grün-Raum

verbrauchen weniger als 0,1 Prozent des Energiebedarfs im Tower.

Die Landesdirektion in Graz begrünt ihr 40 Jahre altes Gebäude. Drei Tröge mit Bäumen und einem Vegetationsvolumen von je etwa 2,3 Kubikmetern werden das Haus zu einem vertikalen Grün-Raum machen. Mit der im November neu in Betrieb genommenen Photovoltaikanlage erzeugt die Landesdirektion Graz jährlich um die 20.000 Kilowattstunden Ökostrom, wovon der überwiegende Teil selbst verbraucht wird.

Im eigenen Haus gekehrt

Auch die Konzernzentrale und andere UNIQA Standorte bergen Einsparpotenzial beim Energieverbrauch. Allein in Österreich gibt UNIQA für Büros und Infrastruktur mit 6.000 Mitarbeitern jährlich rund 3 Millionen Euro aus. Um den Verbrauch zu senken, wurde 2017 ein Energiemonitoringsystem installiert. Kleinere Maßnahmen wie Zählerzusammenlegungen und Tarifänderungen hat UNIQA schon in einem ersten Schritt direkt umgesetzt. 30.000 Kilowattstunden Strom konnten

etwa dadurch eingespart werden, dass die Lüftungs- und Klimaanlage im UNIQA Tower an die Nutzungszeiten angepasst wurde. Zu den größeren umgesetzten Verbesserungen gehörte das Nachrüsten eines Wärmetauschers im UNIQA Tower. Nach der Senkung des Fernwärmebedarfs in der Unternehmenszentrale werden nun im Schnitt jährlich 790.000 Kilowattstunden Strom weniger verbraucht. Übrigens: Die Fassadenbeleuchtung des UNIQA Towers gehört – entgegen vielen Mythen – nicht zu den Energieverschwendern. Die sehr sparsamen LED-Leuchten

Umwelt entscheidet mit

Im konzernweiten Einkauf werden Anbieter, die auf erneuerbare Energie setzen, bevorzugt ausgewählt. Erst 2018 wurde für alle Standorte eine Energieausschreibung durchgeführt, die sich nur noch an Lieferanten mit 100 Prozent Ökostrom richtete. Auch bei der Beschaffung von Büromaterial und Firmenautos wird auf die Energiebilanz geachtet, Geschäftsreisen werden so effizient wie nur möglich geplant, und Meetings finden mitunter per Telefon- und Videokonferenz statt, um Flüge einzusparen.

DIGITAL UNTERSTÜTZT ZU MEHR SERVICE UND CROSS-SELLING

Raiffeisen Kunden können Versicherungen künftig auch mobil und online über ihr Finanzportal Mein ELBA abschließen und verwalten. 2016 hat ein Pilotprojekt den klassischen Beratungsansatz erstmals mit digitalen Konzepten kombiniert. Heute sind die ersten Konzepte Realität und in die neue Bankberatungsplattform integriert.

Kunden können spielerisch, unterhaltsam, emotional und interaktiv vermittelte Inhalte leichter verstehen. Bankberater profitieren

davon, dass kein Systemwechsel mehr notwendig ist. Beratungsprozesse und Cross-Selling werden einfacher.

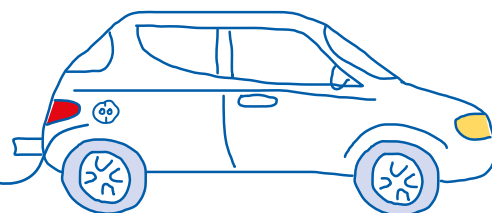
Großer Schritt in Richtung Financial Home

Zusätzlich ist für Kunden, die Mein ELBA nutzen, bald Schluss mit dem Papierkram. Übersichtlich, aktuell und sicher sind Dokumente nach Zustimmung des Kunden im Finanzportal von Raiffeisen abgelegt.

Der Kunde erhält einen transparenten Überblick mit Details zu jedem Vertrag und weitere hilfreiche Onlinefunktionen. Damit wird das Online Banking der Raiffeisen Bankengruppe um ein vollständig integriertes Versicherungsportal erweitert, ein großer Schritt in Richtung „Financial Home“.

Nach positivem Feedback zum Soft Launch Ende 2018 ist das neue Service im 1. Quartal 2019 flächendeckend verfügbar.

FEDERLEICHT UND UMWELTSCHONEND UNTERWEGS



Zu Terminen fährt Sissy Schmuck vom UNIQA Maklerservice am liebsten mit einem der firmeneigenen E-Autos. Diese sind besser fürs Klima, besonders leise und effizient.

Wenn Sissy Schmuck mit dem E-Auto unterwegs ist, erzeugt das Aufmerksamkeit. Nicht nur, weil das Fahrzeug blitzblau und großflächig gebrandet ist, sondern auch, weil hinter dem Steuer eine auffallend entspannte Mitarbeiterin sitzt: „Das Auto fährt sich viel besser als andere, quasi leicht wie eine Feder. Es ist leiser und rhythmischer, fährt mit der Automatik schön langsam an, ist aber auch schnell auf 100“, sagt Schmuck. „Ich höre keine Fahrgeräusche, nur die Musik – das entspannt wirklich.“

Nutzerin der ersten Stunde

Als 2012 die ersten Elektroautos für Mitarbeiter zur Verfügung gestellt wurden, probierte sie das Modell, einen Renault, gleich aus – und wurde zum Fan. Seither benutzt sie das E-Auto mehrmals wöchentlich. Sie muss nur rechtzeitig reservieren, Schlüssel und Papiere abholen, die gefahrenen Kilometer eintragen und

das Auto danach wieder in der Garage abstellen, wo es aufgeladen wird.

2018 wurde die Ladeinfrastruktur am Standort Wien ausgeweitet: Zusätzlich zu den E-Tankstellen für die hauseigene E-Flotte wurden sechs E-Tankstellen auch für Mitarbeiter, UNIQA Kunden und andere Parkende aufgestellt. Um den Kohlendioxid-Ausstoß weiter zu reduzieren, tauscht das Fuhrparkmanagement Anfang 2019 die in die Jahre gekommenen Renaults gegen effizientere Modelle.

Neu bis 250 Kilometer

Die neuen Hyundai – 18 für ganz Österreich – fahren voll aufgeladen bis zu 250 Kilometer. Ein großer Vorteil, meint Schmuck: „Bisher musste ich mir vorher genau anschauen, wie weit ich zu einem Termin fahren muss, weil es mit dem Aufladen unterwegs noch eher schwierig ist. Im Sommer, wenn man nicht heizen muss, ging es aber immerhin bis nach Baden. Künftig kann ich da zweimal hin und retour fahren.“

*Lieber elektrisch:
Sissy Schmuck kann beim
Fahren entspannen*

Privat fährt Sissy Schmuck zwar noch kein E-Auto, könnte sich das aber gut vorstellen, wenn mehr Kilometer möglich sind und das Aufladen einfacher wird. Für Dienstwege findet sie außerdem die E-Bikes und E-Scooter praktisch, die über die Rezeption im UNIQA Tower ausgeliehen werden können: „In der Stadt findet man schwer Parkplätze, und die E-Autos sind groß, da ist das eine super Möglichkeit.“

Mit E-Autos Prämie sparen

UNIQA Österreich schenkt umweltbewussten Autofahrern bis zu 25 Prozent der Kfz-Haftpflichtprämie, wenn sie sich für ein E-Fahrzeug entscheiden. Zusätzlich fallen die motorbezogene Versicherungssteuer und die Normverbrauchsabgabe (NoVa) beim E-Auto weg – das macht sich bezahlt. Die Ersparnis kann zum Beispiel bei einem Fahrzeug mit 85 Kilowatt mehr als 60 Prozent ausmachen.



PAUSE, AUSZEIT, LEBENSZEIT



Die UNIQA Konzernzentrale, in der rund 1.800 Mitarbeiter arbeiten, bietet praktische Angebote für eine gute Vereinbarkeit von Beruf, Familie und Freizeit.



Mein fünfjähriger Sohn wünscht mir sehr oft morgens, dass ich heute einen netten Chef habe mit viel Spaß“, berichtet Christina von Kopp Ostrowski. An den UNIQA Kindertagen dürfen die Kids mit Mama oder Papa in den UNIQA Tower kommen. „Für mich als Alleinerzieherin von unschätzbarem Wert“, sagt Birgit Steiner. Aber das Angebot hilft nicht nur, Schließtage von Kindergärten und Schulen zu überbrücken, es ist auch lehrreich. „Für Kinder ist es schwer zu begreifen, dass hinter Fassaden, Werbung etc. auch Menschen zu finden sind, die ein Unternehmen ausmachen“, weiß Gerhard Schnitzer.

Sommerncamp und Karenztreff

Gleich eine ganze Woche sind UNIQA Kinder ab acht Jahren beim sommerlichen Circus Camp in Niederösterreich betreut. Die jährlich rund 60 jungen Artisten lernen von echten Zirkusprofis, dürfen in Zirkuswägen schlafen und in der Manege auftreten. Bei der Abschlussgala auch vor den stolzen Eltern. Nur ein paar Stunden sind ganz junge Eltern weg, wenn sie zum UNIQA

Karenztreffen gehen. Und wenn das auch noch zu viel ist, dann kommen die Kleinen eben mit. In Mutterschutz oder Karenz haben UNIQA Mitarbeiter genauso Anspruch auf Information und Austausch. Auf dem Programm stehen ein Unternehmens-Update und arbeitsrechtliche Belange. Anspruch haben Angestellte mit mindestens einjähriger Dienstzeit seit 2017 auch auf den Papamonat. „In dieser Zeit durfte ich intensiv miterleben, wie der kleine Bursche all unsere Aufmerksamkeit auf sich zog und wie liebe- und rücksichtsvoll seine Schwestern sich von Anfang an um ihn gekümmert haben“, schwärmt Markus Habermann.

Ganzheitlich gesund bleiben

Sich um andere kümmern können auch Mitarbeiter ohne Kinder. Der UNIQA Sozialtag ist ein Extra-Urlaubstag für alle, die sich karitativ engagieren möchten. Und das Kümmern um sich selbst kommt auch nicht zu kurz: Die Impulse des UNIQA Freiraums sind eine „tolle Möglichkeit, sich mit Gesundheitsthemen auseinanderzusetzen, an die man in dieser hektischen Welt nicht sehr oft von selber denkt“ (Romina Lotz). „Auf alle Fälle tut Bewegung gut, und man fühlt sich danach besser“ (Susanne Grubmüller). Zum Wohlfühlprogramm gehört auch die mobile Massage: Einheiten zu je 25 Minuten und 25 Euro, die vom Betriebsrat der Konzernzentrale noch extra gestützt werden.

Wege verbinden

Günstige Preise bietet auch die mobile Wäscherei. Mitarbeiter geben und holen ihre Kleidung quasi im Vorbeigehen ab. Ähnlich das Apothekenservice: Mitarbeiter bekommen Bestellungen ins Haus geliefert und sparen dabei noch. Keinen Weg haben Mitarbeiter auch mit der Beratung von Keep Balance. Psychotherapeuten und Sozialarbeiter helfen unmittelbar am Telefon: Bei beruflichen und privaten Herausforderungen oder wenn einfach alles durcheinandergerät.



KUNST VERSICHERN HEISST KUNST BEWAHREN

Der Maler Pieter Bruegel brachte dem Kunsthistorischen Museum im Vorjahr einen neuen Besucherrekord ein.



Bruegel-Schau: In der Restaurierwerkstätte des KHM wurden die Werke technologisch untersucht und wissenschaftlich analysiert

Dabei entdeckten die Restauratoren etwa, dass sich unter den Farbschichten bis heute kaum erforschte Zeichnungen befinden

Ausverkauft!“ hieß es, als sich die große Bruegel-Schau mit 30 Gemälden sowie 60 Zeichnungen und Grafiken dem Finale näherte. Von Anfang Oktober 2018 bis Mitte Jänner 2019 waren Werke von Pieter Bruegel dem Älteren, einem der bedeutendsten flämischen Maler des 16. Jahrhunderts, in einer einzigartigen Sonderschau zu sehen. Wenig überraschend endete eine der größten jemals im KHM gezeigten Ausstellungen mit einem Rekord von 408.000 Besuchern und 20.000 verkauften Ausstellungskatalogen.

Sechs Jahre Forschungsarbeit

Unter www.insidebruegel.net können Kunstinteressierte auch nach Ausstellungsende einen so detaillierten Blick auf die Werke werfen, wie es in echt nur wenigen Menschen möglich ist. Um die Arbeitsweise des Meisters genau zeigen zu können, setzte das Team etwa einen weltweit einzigartigen, gemeinsam mit der TU Wien entwickelten „Foto-Roboter“ ein. Ganze sechs Jahre sollte es dauern, bis die Vorbereitungen für die Bruegel-Schau abgeschlossen waren. Zwar hätten die Voraussetzungen in Wien kaum idealer

sein können: Mit zwölf der nur noch rund 40 erhaltenen Gemälde des Meisters verfügt das KHM über die weltweit größte Bruegel-Sammlung. Doch die Bildtafeln zählen zu den fragilsten Werken sämtlicher Museumsbestände. Während einige Werke gar nicht mehr transportfähig sind, wurden manche Leihgaben aus aller Welt nun zum ersten Mal auf Reisen geschickt.

Als jahrelanger Hauptsponsor des KHM und als erfahrener Kunstversicherer unterstützt UNIQA Partner und Kunden immer auch darin, Kunst zu konservieren, zu restaurieren und neue

wissenschaftliche Erkenntnisse zu gewinnen. Denn Kunstversicherung reicht weit über Transport und Präsentation hinaus.

Kunsterhalt als Auftrag

„Versichern heißt für uns bewahren“, erklärt Petra Eibel, Leiterin der UNIQA Kunstversicherung: „Auch im Sinne einer gesellschaftlichen Verantwortung, die darin besteht, unschätzbare Kunstwerke für zukünftige Generationen zu erhalten.“

FACTS

UNIQA Kunstversicherung

Mit 30 Jahren Erfahrung ist die UNIQA Kunstversicherung in Österreich die erste Adresse für Kunstsammler. 22 Mitarbeiter und Niederlassungen in Wien, Köln, Zürich und London zeugen von geballter internationaler Expertise. Zu unseren Kunden zählen Museen, Galerien und Auktionshäuser genauso wie Privatpersonen. 2018 versicherte das Unternehmen Kunst im Gesamtwert von beinahe 35 Milliarden Euro.



©Agentur DIENER-Eva Marhart

EIN GEMEINSAMER WURF

Die Unterstützung der Handball Champions League ist ein langjähriges internationales Erfolgsprojekt.

Aufstrebend: Österreichs Handball ist mit UNIQA äußerst erfolgreich

Das UNIQA Land Ungarn hat bei den Damen nicht nur das Finale ausgerichtet, sondern auch die besten Spielerinnen gestellt: Győr gewann das ausverkaufte Endspiel am 13. Mai in Budapest gegen Vardar Skopje aus dem UNIQA Land Nordmazedonien. Bei den Herren konnte Vardar Skopje bis ins Halbfinale mit den dominierenden französischen Mannschaften mithalten. Neben Ungarn und Nordmazedonien mischt eine Reihe weiterer UNIQA Länder im Handball kräftig mit, trägt und befeuert das seit 2005 bestehende gruppenweite Sponsoring der Champions League der Europäischen Handballföderation EHF: Bosnien und Herzegowina, Kroatien, Montenegro, Polen, Rumänien, Serbien, die Slowakei und die Ukraine.

Und die Jungen im europäischen Handball drängen nach: Im August 2018 war die EHF M 18 Championship, das internationale Handball-Nachwuchsturnier für Spieler Jahrgang 2000 und jünger, im niederösterreichischen Tulln zu Gast. Turniersponsor UNIQA gratuliert dem Turniersieger: Österreich.

Anschluss an die Top-Nationen

Mit UNIQA Unterstützung zeigt Österreichs Handball in den vergangenen Jahren konstant aufstrebende Leistungen. Für die letzten elf Großereignisse (EM und WM) haben sich Österreichs Herren sieben

Mal qualifiziert. Das Ticket für die WM 2019 lösten sie am 1. Juni 2018 mit einem 31:26-Sieg gegen die Mannschaft von Weißrussland nach einem Unentschieden in Minsk. Adrian Röthig, UNIQA Kundenberater in Linz Urfahr, war dabei.

Als ehemals aktiver Handballer analysierte er die Erfolgsfaktoren, die in der zweiten Halbzeit den Ausschlag für Österreich gaben: „Wir hatten eine super Abwehr und einen super Tormann. Dazu tolle Kombinationen bis zum Flügel.“

Immer ein Renner

Laufveranstaltungen finden in den UNIQA Ländern immer begeisterte Teilnehmer. In der Konzernzentrale in Wien hat 2018 der erste Stiegenlauf auf den 22 Stockwerke hohen UNIQA Tower stattgefunden. Am Business Run im Wiener Prater haben knapp 400 Mitarbeiter teilgenommen. UNIQA macht auch mit bei „Kärnten Läufer“, beim Großglockner Berglauf, beim Uni Run oder beim Erzberg-Run – um nur einige zu nennen.

In Rumäniens Hauptstadt Bukarest vermittelt der „UNIQA Asigurari Bucharest 10k & Family Run“ sportliche Begeisterung und Sinn für gemeinsame Familienzeit. Speziell die junge Generation soll von Kindheit an mit Sport vertraut werden, als eine Möglichkeit, Freizeit sinnvoll und zum Wohl von Körper und Seele zu verbringen. Zu den Disziplinen zählen ein Teenager-, ein Familien- und ein Zehn-Kilometer-Rennen. 2018 waren insgesamt 5.000 Teilnehmer am Start.

Manche der von UNIQA unterstützten Läufe dienen Dritten: Der „Teribear“ in Prag zum Beispiel ist ein Charity-Lauf über zehn Tage. Jeder gelaufene Kilometer kommt Kindern und Familien in Not zugute. UNIQA hat 2018 nicht nur finanziell beigetragen, sondern auch die beste Einzelleistung abgeliefert: Der Aktuar Jan Cížek brachte es allein auf 725 Kilometer.



Charity-Lauf in Prag: Viele Kilometer für Familien in Not

Marco Schwarz

LEISTUNGSTRÄGER, HOFFNUNGSTRÄGER

Matthias um weitere zwei Jahre verlängert“, berichtet Carl Gabriel vom UNIQA Sportsponsoring: „Aber wir haben ebenfalls noch vor Weihnachten fixiert, dass wir Christine bei ihrem Comeback begleiten. Das hat sie im Krankenhaus sehr gefreut.“ Bei Marlies Schild habe man das nach deren schwerer Verletzung 2008 genauso gemacht. Schild musste damals über ein Jahr pausieren. Dann siegte sie wieder.

Vlhová neu in der UNIQA Familie

Christine Scheyer zählt mit Nadine Fest und Marco Schwarz zu den jungen österreichischen Hoffnungsträgern mit UNIQA Helm. Schwarz hatte 2018 maßgeblichen Anteil am Gewinn der Silbermedaille im Olympia-Teambewerb. So richtig aufhorchen lassen sollte er 2019. Ganz wie Petra Vlhová, neue UNIQA Werbeträgerin im slowakischen Skiteam. Vlhová stand allerdings schon vorher ganz oben auf dem Stockerl, unter anderem im Dezember 2018 erstmals in einem Riesentorlauf.

Auf Tuchfühlung mit den Stars

Die Feiern rund um die österreichischen Medaillengewinner von Pyeongchang, Mayer und Schwarz, waren die ersten Höhepunkte eines im Jänner 2018 gelauchten Social-Media-Kanals. ski4UNIQA bringt die Geschichten hinter den Erfolgen, die Menschen hinter den Medaillen, eben all das, so Gabriel, „was andere nicht haben und nicht haben können, weil nur wir wirklich auf Tuchfühlung mit unseren Markenbotschaftern sind. Bei unseren Videos mit Marlies und Benni Raich als ORF-Experten hinter den Kulissen haben wir zum Teil über 100.000

Menschen sind mehr als Medaillen. Im Skisport setzt UNIQA auf langfristige und verlässliche Partnerschaften.

Der Spaß am Skifahren sei hauptverantwortlich für seinen Erfolg, sagte Matthias Mayer am 20. September beim „Talk im Tower“ vor UNIQA Mitarbeitern und Persönlichkeiten aus Österreichs Sport-Community. Ein halbes Jahr nach seinem neuerlichen Olympiasieg hatte der Kärntner leicht lachen. Seiner Teamkollegin Christine Scheyer kamen im Dezember die Tränen. Die Diagnose Kreuzband- und Meniskusriss nach dem Sturz im Super-G von Lake Louise bedeutete das Ende einer verheißungsvoll begonnenen Saison. „Wir haben trotz großer Begehrlichkeiten den Vertrag mit



Petra Vlhová: Ein guter Griff für UNIQA

Seitenzugriffe“, weiß Carl Gabriel. Ähnlich beliebt ist die Quizshow mit „Professor Eberharter“. In insgesamt 27 Folgen prüft Skilegende Stephan Eberharter das skigeschichtliche Wissen der UNIQA Skifamilie: „Es ist ein bisschen die Millionenshow für das Skifahren. Wir wollen, dass die Menschen auch selbst Spaß haben, die Fragen zu beantworten.“

Nicht lange nachdenken mussten die UNIQA Athleten, als es darum ging, der verletzten Christine Scheyer über Ski4UNIQA die besten Genesungswünsche zu schicken: „Verliere nie die Leidenschaft für diesen Sport, kämpf weiter, damit wir dich nächstes Jahr im Weltcup wieder sehen“ (Stephan Eberharter).

Matthias Mayer: Mit Goldmedaille hoch begehrt, aber weiterhin für UNIQA unterwegs



TRADITION NEU BELEBT



UNIQA begleitet Österreichs ältesten Fußballklub, den First Vienna FC 1894, auf dem Weg in eine wirtschaftlich und sportlich solide Zukunft.

Als größtem Gesundheitsversicherer liegt uns die Gesundheit der Menschen am Herzen. Bewegung macht fit, und deshalb passt der Fußballklub zu uns.“ So hat Kurt Svoboda, CFO/CRO der UNIQA Group und Vorstandsvorsitzender UNIQA Österreich, das Sponsoring der Vienna im Oktober 2018 in der Kronen Zeitung begründet: „Die Vienna hat eine tolle Fankultur, die durch Offenheit und Sympathie geprägt ist. Außerdem sind wir die älteste Versicherung in Österreich und die Vienna der älteste Verein – auch das verbindet.“

Aufbauarbeit statt kurzfristiger Erfolge

Nach dem Zwangsabstieg in die 2. Wiener Landesliga hat die Aufbauarbeit begonnen: Weitere namhafte Sponsoren wie SAP sind gewonnen. An der Heimstätte, der Naturarena Hohe Warte,

wo in den 1930er-Jahren das legendäre „Wunderteam“ von 90.000 Zuschauern bejubelt wurde, ist das Tribürendach saniert. Die Vienna-Frauen sind 2018 in die 2. Bundesliga aufgestiegen. Das traditionsreiche „Derby of Love“ gegen den Wiener Sportclub sorgt für gute Einnahmen und gute Stimmung.

Sportlich zurück an die Spitze zu finden, bedeutet für UNIQA Vorstand Kurt Svoboda, den Vizepräsidenten des First Vienna FC 1894: „Die Nummer 3 in Wien sein und so schnell wie möglich in die Regionalliga aufsteigen.“ Dabei sei wichtig, dass sich die Vienna „nachhaltig und breit“ entwickle. „Das tut die Vienna mit einem Frauenteam, dem Special Needs Team und vor allem der Jugendarbeit. Wir wollen nicht mit nur für kurze Zeit engagierten Spielern an die Spitze, um dann gleich wieder gegen den Abstieg ankämpfen zu müssen. Wir entwickeln unsere eigenen Talente, bilden sie aus, wollen mit ihnen erfolgreich sein, nachhaltig aufsteigen und gemeinsam wachsen. Der kurzfristige Erfolg ist nie nachhaltig.“

Kurt Svoboda: Mit der Vienna in die Regionalliga aufsteigen und nachhaltig wachsen

VIENNA STELLT DIE BESTEN IM BEHINDERTEN-FUSSBALL

Das Special Needs Team der Vienna hat im November 2018 ein internationales Fußballturnier für sich entschieden. Beim Spielerpass-Cup in St. Pölten traten unter anderem die Teams von Rapid, Austria, Chelsea und Turin gegeneinander an. Ehrgeiz und kontinuierliches Training nennt Vienna-Betreuer Gerhard Entrich als Erfolgsfaktoren: „Wir sind eine eingeschworene Familie, manche der Männer und Frauen spielen bereits zehn Jahre bei uns.“ Auch die Fans der Mannschaft sind eine verlässliche Basis. Beim Spielerpass-Cup wurde nicht nur das Team selbst, sondern auch sein Fanklub zum Turnierbesten gekürt.

Das Special Needs Team, 2000 als „Team Wien von Jugend am Werk“ gegründet, trainiert seit März 2018 unter der Marke Vienna. Trainer Entrich hält nichts von betonten Unterschieden zum sogenannten normalen Kampfsport. Man wolle gewinnen wie jede Mannschaft.



Trainer Gerhard Entrich (r.) und Andreas Moraw: „Eingeschworene Familie“

Über Siege freue man sich vielleicht noch ein wenig mehr und vor allem herzlicher: „Warum also soll ein Special Needs Team auf einem Rübenacker trainieren?“ Entrichs großes Ziel geht über einen Turniersieg hinaus: „Es wäre toll, wenn wir es schaffen, in Österreich eine Special-Needs-Meisterschaft aufzubauen.“





© UNIQA/Erwin Gruber

HAUPTTREFFER



Der UNIQA ÖFB Cup hat bereits in seinem ersten Jahr mit neuem Namenssponsor stark an Reichweite und Attraktivität gewonnen. Der Fußballbund freut sich über neue Dimensionen in der Vermarktung eines Traditionsbewerbs.

Von einem engagierten Hauptsponsor, „wie wir ihn bis jetzt noch nicht hatten“, sprach ÖFB-Präsident Leo Windtner 2018 mehrfach bei Veranstaltungen. Tatsächlich sind Werbewertzuwächse unmittelbar nach einem Sponsorenwechsel etwas Ungewöhnliches. Ein Beispiel: Die zweite Halbzeit des ersten UNIQA ÖFB Cup Finales am 9. Mai 2018 verfolgten durchschnittlich 645.000 Zuschauer im TV, ein langjähriger Spitzenwert.

Top-Kommunikationswerte

„Mit unserem Fußball-Sponsoring unterstützen wir die populärste Sportart in Österreich neben dem Skifahren und erzielen hervorragende Kommunikationswerte“, sagt Kurt Svoboda, CFO/CRO der UNIQA Group und Vorstandsvorsitzender von UNIQA Österreich.

Neue Formate für neue Zielgruppen

UNIQA und der ÖFB gehen bewusst moderne Wege, um neben den bestehenden Fans auch neue Zielgruppen erreichen zu können. Die von UNIQA betriebenen Social-Media-Kanäle Facebook, Instagram und YouTube, zusammengeführt auf der Website www.uniqaoefbcup.at, brachten dem Cup 2017/18 eine Gesamtreichweite von vier Millionen und 500.000 Interaktionen. Eigens kreierte Formate wie die „Local Heroes“ oder „Kim talkt“ nehmen auf die starke Regionalität des Cups Bezug. Sie ergänzen sich ausgezeichnet mit der von 400 Niederlassungen in Österreich gestützten UNIQA Strategie des Versicherers vor Ort.

Die Konzentration des ORF auf den Cup – nach Vergabe der Bundesliga-Rechte an den Privatsender Sky – kommt dessen Breitenwirkung ebenfalls zugute.

2018 hat der ORF erstmals schon in der ersten Cuprunde vier Matches in voller Länge übertragen. Vom Viertelfinale an gibt es alles live zu sehen.

UNIQA Kinder im Finale

Mehr als live, nämlich an Ort und Stelle, haben UNIQA Mitarbeiter Highlights des Cups 2018 erlebt. 25 Kinder von Mitarbeitern durften beim Finale mit den Spielern und Schiedsrichtern einlaufen. Bei der Auslosung zur 1. Runde in der zweiten Saison des UNIQA ÖFB Cups im Juli 2018 waren fünf Mitarbeiter (mit Begleitung) dabei: „Toll, dass das Sportsponsoring uns so etwas ermöglicht“, sagt Christian Blümel von der UNIQA IT-Tochter, dessen Sohn bereits Begleitkind beim Cupfinale war: „Mein Bekannter meinte, in seiner Firma dürfte da nur das Management hin.“



GEKOMMEN, UM ZU BLEIBEN

Integration im Alltag: Mit Ausflügen wie hier ins Haus des Meeres bekommen die Flüchtlingskinder auch Landeskultur vermittelt

Wenn unmittelbare Not in einen Dauerzustand übergeht, werden die Helfer rar. Die UNIQA Unterstützung für das Caritas-Flüchtlingshaus Damaris dagegen hat einen langen Atem.

Die Mitarbeiter von UNIQA sind ganz wichtig für unsere Leute“, sagt Hausleiterin Philippa Wotke: „Im Haus leben so viele tapfere, mutige, entschlossene, hoffnungsvolle Frauen und

Männer, die trotz allem versuchen, jeden Tag mit einem Lächeln zu beginnen und nicht aufzugeben.“

Aufgeben? Jahre nach der großen Flüchtlingswelle und der öffentlichen Euphorie machen UNIQA Mitarbeiter den Asylwerbern weiter Mut. Sie bringen ihnen die

österreichische Kultur nahe, geben Deutschstunden, vermitteln Praktika, feiern gemeinsame Feste. Im Sommer 2015 hatte UNIQA ein leerstehendes Bürogebäude im 19. Wiener Gemeindebezirk als Notunterkunft für Flüchtlinge zur Verfügung gestellt. Über die Zeit wurde daraus ein lebendiges, baulich adaptiertes Dauerquartier für 150 Männer, Frauen und Kinder.

Hilfe zur Selbsthilfe

Zum Beispiel Mobin. Nach einem tragischen persönlichen Verlust aus seiner Heimat Afghanistan geflüchtet, schaffte es Mobin in kurzer Zeit mit beachtlichen Deutschkenntnissen auf die Handelsschule.

Lebensraum: Das Haus Damaris wurde vom Bürohaus zum Dauerquartier für 150 Männer, Frauen und Kinder



Im Sommer 2018 absolvierte er ein Volontariat im Bereich Finanzen bei UNIQA. Mittlerweile hat er Asylstatus und eine eigene Wohnung gefunden. „Wir wollen den Menschen im Haus Damaris helfen, auf die eigenen Beine zu kommen, und ihnen die Integration in der neuen Heimat erleichtern“, sagt Hans Jursza, Mitarbeiter in der Krankenversicherung. Ganz wichtig dabei sind gemeinsame Feste, das Kennenlernen unterschiedlicher Bräuche und Alltagsgewohnheiten. Das jährliche Sommerfest mit Hausbewohnern und UNIQA Mitarbeitern hat bereits Tradition. Ausgerichtet vom Haus selbst, mit einem Fußball- und Volleyballturnier, das UNIQA Mitarbeiter organisieren. Möglich, dass künftig sogar der First Vienna FC 1894 (siehe auch Seite 36) ein professionelles Training ermöglicht.

Landeskultur vermitteln

Auch der Weihnachtsmann besucht das Haus Damaris – mit einem kleinen Päckchen voller Lebensmittel für sämtliche



Traditionen im Austausch: UNIQA Mitarbeiter schnüren alljährlich Weihnachtspäckchen für die Hausbewohner

Erwachsenen, die in den Wochen vorher von UNIQA Mitarbeitern zusammengestellt werden. Die Damaris-Kinder kommen mit UNIQA Begleitung ins Haus des Meeres, zum sommerlichen Circus Camp oder zum Weihnachtskeksebacken in den UNIQA Tower. Mit der willkommenen Abwechslung wird gleich ein Stück Landeskultur vermittelt. Besonders ermutigend für die zwangsweise un-tätigen Asylwerber ist es, wenn sie ihre

Fähig- und Fertigkeiten einsetzen können. Etwa beim Umbau der Cafeteria im Haus. Gelernte Innenarchitekten und Tischler konnten hier 2018 erstmals seit Jahren wieder einschlägig arbeiten und ein Schmuckkästchen gestalten.

„Für unsere Bewohner bedeutet die UNIQA Unterstützung sehr viel“, weiß Philippa Wotke. „Da gibt es doch noch jemanden, der an uns denkt.“

DER GEIST VON OLYMPIA

Kayvan Kohanfekar ist Spezialist im Radsprint 200 Meter fliegend. Er ist gelernter Automechaniker und Asylwerber mit Adresse Bachofengasse 8. Die von UNIQA 2015 zur Verfügung gestellte und seit damals von der Caritas betriebene Flüchtlingsunterkunft sieht Kayvan tagsüber aber selten. Die meiste Zeit dreht er im leeren Ferry-Dusika-Stadion seine geisterhaften Runden. Ihn dabei aufs Foto zu bekommen, ist nicht leicht. Immer ist Kayvan schneller gewesen, schon vorbeigefahren auf dem Weg zu seinem größten Ziel: einer Olympiateilnahme für Österreich.

Für Österreich siegen

Über den Radclub Pottendorf hat der gebürtige Iraner (wieder) Zugang zum Radsport und vor allem zum Radstadion bekommen – nach seiner

45-tägigen Flucht und der folgenden Neuorientierung. Die Liebe zum Radsport hat er schon als Kind entwickelt und in seiner Heimat etliche Medaillen eingefahren.

Ob und wann er für Österreich siegen darf, weiß er nicht. Aber seine Überzeugung ist felsenfest, seine Motivation unerschütterlich und seine Vorbereitung top. Im Rahmen der letzten österreichischen Meisterschaften durfte er sich mit jenen, die er gern Teamkollegen nennen würde, messen. Und schaffte die 200 Meter fliegend (ein Sprint, bei dem man mit Schwung von oben startet) in 11,04 Sekunden. Mit einem zehn Jahre alten Sportrad. Das gibt Auftrieb.

Nächste Chance 2020

Wenn Kayvan am Donaukanal und am UNIQA Tower vorbeiradelt, dann ist das



Auszeit. Denn das echte Training ist hart, umfasst die Ernährung, das Schuhe-am-Fuß-Festkleben (mit UNIQA Unterstützung hat er mittlerweile neue bekommen) und immer wieder dieselben Runden. Im Sprint durchs menschenleere Stadion, als wäre es voller begeisterter Fans. Olympia, wir kommen – vielleicht.

2020 sind Olympische Spiele in Tokio, die nächste Gelegenheit für Kayvan. Seit drei Jahren in Österreich wartet er auf den Abschluss seines Verfahrens. Nein, er wartet nicht. Er dreht seine Runden.

EIN GEWINN FÜR DIE GESUNDHEIT

Die UNIQA Stiftung als Hauptaktionär der UNIQA Group investiert immer höhere Dividendeneinnahmen in die öffentliche Gesundheit. Zu den vier Schwerpunkten kam Ende 2018 ein Extraprojekt: im wahrsten Sinn aus der Not heraus.

Blutkrebs. Diese Diagnose trifft jeden Tag drei Personen in Österreich. Im Herbst 2018 traf sie das UNIQA Werbebaby „Max“. „Die Nachricht, dass das Darstellerkind unserer Werbespots an Leukämie erkrankt ist, hat uns sehr betroffen gemacht“, sagt Peter Eichler, Vorstand UNIQA Stiftung. „Wir haben drei Dinge sofort getan: Erstens die laufende Werbekampagne gestoppt und die bereits gebuchten Werbezeiten dem Roten Kreuz zur Verfügung gestellt. Weil wir zweitens möglichst viele Menschen als Spender erreichen wollen, um allen an Leukämie erkrankten Kindern in Österreich zu helfen. Und drittens hat die UNIQA Stiftung einen relevanten Geldbetrag in die Hand genommen, um die Typisierung von 10.000 potenziellen Spendern zu ermöglichen“, also die Auswertung ihrer Spendeneignung im Labor.



Stammzellenspender gesucht

Allein in Österreich sind pro Jahr rund 200 Patienten mit bösartigen Blut-erkrankungen auf fremde Stammzellen angewiesen. Für zwei von zehn kann kein passender Spender gefunden werden. Unmittelbar nach dem Bekanntwerden von Max' Erkrankung entstanden daher ein Werbespot des Roten Kreuzes und eine Website mit Registrierungsmöglichkeit. Potenzielle Spender von 18 bis 45 Jahren können sich seither online registrieren und erhalten per Post Wattestäbchen zum Wangenabstrich. Kommt es bei der Laboranalyse zu einem Match mit einem Patienten, werden sie vom Roten Kreuz kontaktiert.

„Das macht Gänsehautgefühl“

UNIQA Mitarbeiter waren die ersten, die sich die Wattestäbchen schicken ließen. „Ich bin stolz auf unser Unternehmen“, posteten viele von ihnen in den internen Foren. „Eine sehr bewegende Aktion“,

nennt Mitarbeiterin Brigitte Wehinger die UNIQA Unterstützung für das Rote Kreuz: „Das macht Gänsehautgefühl.“ Ilse Gürsch ergänzt: „Ich hoffe, dass vielen Kindern geholfen wird.“ Insgesamt waren Ende 2018 bereits 12.000 Menschen als potenzielle Spender registriert, mehr als 10.000 Testsets für den Wangenabstrich verschickt und 3.200 beim Roten Kreuz zur Auswertung eingetroffen. Ob Max mit einem Spender geholfen werden kann, ist Anfang 2019 noch ungewiss.

Herzsicherheitsnetz ausgebaut

Eine andere Form von Nothilfe ebenfalls in Kooperation mit dem Roten Kreuz ermöglichte die UNIQA Stiftung 2018 mit der Anschaffung von 49 Defibrillatoren für ganz Österreich. Kommt bei Herzstillstand in den ersten drei Minuten Hilfe mit Defibrillator und Herzdruckmassage, hat die betroffene Person eine Überlebenschance von 75 Prozent. Zum Weltherztag, dem 29. September 2018, waren die ersten drei Defibrillatoren in Tirol, in Salzburg

und im Burgenland montiert, bis Jahresende sollten es österreichweit 34 sein. Auch der Rest war bereits ausgeliefert. Die Defis sind im öffentlichen Raum rund um die Uhr an sieben Tagen pro Woche frei zugänglich. Eine telemetrische 24-Stunden-Überwachung und technische Updates sind gesichert. UNIQA Österreich unterstreicht mit dem Ausbau des landesweiten Herz-Sicherheitsnetzes den eigenen Auftrag, als Versicherer vor Ort überall und jederzeit für die Menschen in allen neun Bundesländern da zu sein.

Schnell sein entscheidet

„Danke an die UNIQA Stiftung, dass sie uns mit diesem Projekt stärkere Präsenzen vor allem in den entlegenen Regionen ermöglicht“, sagt Burgenlands Landesdirektor Alfred Vlcek. Die meisten Defis finden sich vor UNIQA



Defi-Säule im Burgenland: einer von 49 Standorten für mehr Herz-Sicherheit

Standorten, für einige wurden eigens Säulen errichtet. „Mit der Defi-Säule in St. Georgen konnten wir durch die regionale Berichterstattung langjährige Kunden begeistern und somit die Kundenbeziehungen nachhaltig festigen“, so Vlcek. Nur wer sich mit der Herzdruckmassage vertraut gemacht hat, kann im Notfall tatsächlich anpacken und den Kampf gegen die Uhr aufnehmen. Deshalb gibt es an allen Defi-Standorten Schulungen für UNIQA Mitarbeiter, die so vom Versicherer vor Ort auch zum Notfallhelfer vor Ort werden.



*Peter Eichler:
„Mit der UNIQA Stiftung
ein sicheres, besseres,
längeres Leben für viele
Menschen ermöglichen“*

Spezifikum UNIQA Stiftung

Die UNIQA Versicherungsverein Privatstiftung (UNIQA Stiftung) ist mit rund 49 Prozent Aktienbesitz Haupteigentümer der UNIQA Group. Ihr Zweck ist die direkte und indirekte Förderung der UNIQA Versicherungsnehmer in Österreich. Dazu zählt unter anderem die Förderung des Gesundheits- und Fürsorgewesens inklusive Forschung und Technik sowie die maßvolle Unterstützung von Organisationen, die karitative und soziale Zwecke verfolgen, samt deren Mitgliedern. Mit einem Teil ihrer Dividendeneinnahmen finanziert die UNIQA Stiftung gesellschaftspolitisch relevante Gesundheitsprojekte in Österreich. So verankert sie den UNIQA Auftrag, vielen Menschen ein sicheres, besseres und längeres Leben zu ermöglichen, in der breiten Öffentlichkeit.

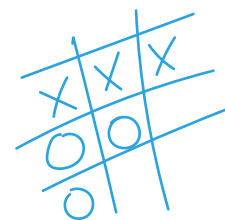


*Schwerpunkt 2018:
Defi-Netzwerk in
ganz Österreich
ausgebaut*

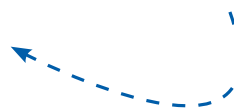
2018 hat die UNIQA Stiftung vier Schwerpunktprojekte unterstützt: die Förderung der Gesundheit und der Gesundheitsbildung von Kindern und Jugendlichen mit SIMPLY STRONG, die Förderung von Forschung und Technik im Gesundheitsbereich durch die Kooperation mit INITS, die Unterstützung von Menschen mit Behinderung in Österreich durch UNIKATE und die Erweiterung des Defibrillatoren-Netzwerks in Österreich.



Echt cool: **SIMPLY STRONG** steigert Aufnahmefähigkeit und Konzentration



BEWEGUNG IM KINDESALTER FÖRDERN



Noch ein neues Stiftungsprojekt brachte das Jahr 2018: **SIMPLY STRONG**.

„Bewusstsein für Bewegung und Sport beginnt im Kindesalter“, betont Peter Eichler, Vorstand der UNIQA Stiftung. „Seit 2012 unterstützen wir daher mit Vital4Brain das erfolgreichste Bewegungsprogramm an Österreichs Schulen.“ Vital4Brain stärkt mit Koordinationsübungen die Konzentrationsfähigkeit und Lernbereitschaft – bundesweit an mehr als 5.000 Schulen. **SIMPLY STRONG** ist die

Weiterentwicklung dieses Programms um zwei weitere Bausteine: Vital4Heart und Vital4Body.

Kostenlose Anleitungen

Vital4Heart wirkt Schulstress mit hilfreichen Entspannungs- und Achtsamkeitsübungen entgegen. Gleichzeitig steigern die Übungen die Aufnahmefähigkeit des Gehirns.

Vital4Body wiederum soll künftig Konditionsübungen umfassen, die Kraft, Beweglichkeit und Ausdauer verbessern. Eichler: „Die UNIQA Stiftung ermöglicht, dass diese Bewegungsprogramme für Schüler, Lehrer und Eltern kostenlos zur Verfügung stehen.“

Mit über 430 Onlinevideos, die direkt über www.simplystrong.at/ abrufbar sind, können Eltern die Übungen mit ihren Kindern auch zu Hause durchführen.



Reha-Trainer:
Schüler Felix Götzhaber
und sein UNIKAT

Mit **UNIKATE** fördert die UNIQA Stiftung Hilfsmittel, die Menschen mit einer Behinderung das Leben erleichtern. Der Ideenwettbewerb von UNIQA, dem Österreichischen Behindertenrat und der Technischen Universität Wien wird

seit 2011 jährlich ausgeschrieben. Die Sieger 2018 entwickelten Alltagshilfen für Sehbehinderte und Menschen, die Basisfertigkeiten krankheitsbedingt neu erlernen müssen: Niklas Brandacher und Marlene Feuchtinger von der HTL Braunau

TECHNIK IM DIENST DER MENSCHEN

UNIKATE

kreierten einen Ultraschallsensor, der die Entfernung zu einem potenziellen Hindernis aufzeichnet. Die in einer Art „Taschenlampe“ verbaute Elektronik konvertiert die ermittelten Entfernungswerte in ein Vibrationssignal, das mit seiner Intensität sehbehinderten Menschen den Abstand zum Hindernis fühlbar machen



Motivation schon für die Jüngsten

Ein Küken namens UGOTCHI motivierte nach Ostern 53.523 Volksschulkinder in 3.031 Klassen in ganz Österreich zu einem

gesünderen Lebensstil. Einen Monat lang begleiteten SIMPLY STRONG und SPORTUNION die Kids gemeinsam mit Materialien wie einem eigenen UGOTCHI-Heft, in dem kindgerecht Ernährungs-,

Bewegungs- und Schlafgewohnheiten notiert und Punkte gesammelt werden konnten, etwa wenn die Schüler bestimmte Strecken zu Fuß zurücklegten oder in einen gesunden Apfel bissen.

Auch für die Eltern gab es Informationen zu den Themen Bewegung, Ernährung und digitale Medien. 2019 wird die Initiative, die im Vorjahr rund 15 Prozent aller Volksschüler in Österreich zu einem bewussteren Leben bewegen konnte, fortgesetzt.



©Adobe Stock



Simply Strong

EINFACH VIEL ERREICHEN

in Partnerschaft mit 

Fürs Leben gestärkt:

Bewusstsein für Bewegung beginnt in jungen Jahren

soll. Johannes Strelka-Petz, TU Wien, hat die Einhand-Braille-Tastatur „Oskar“ erfunden, eine Weiterentwicklung der Braillezeile für PCs. Die Tastatur wird, praktisch für unterwegs, ohne Unterlage mit einer Hand bedient.

Felix Götzhaber und Marco Kobald von der HTL Klagenfurt hatten die Idee für einen Memoryactive-Rehabilitationstrainer. Ein Computerprogramm hilft dabei, die Genesung etwa nach einem Schlaganfall oder einem Schädel-Hirn-Trauma zu beschleunigen. Der Trainer animiert nicht nur, Übungen durchzuführen, sondern auch, sie richtig durchzuführen.

Life-Sciences unterstützen



Gesundheitsförderung mit neuen Technologien betreibt auch das von UNIQA unterstützte und vom Inkubator

der Wiener Universitäten INiTS betriebene Akzeleratoren-Programm des Health Hub Vienna (siehe auch Seite 7). Das international agierende Start-up-Zentrum mit Fokus auf Life-Sciences hilft Unternehmen, den Markteintritt rascher zu bewältigen.

Eine Software des britischen Unternehmens ThinkSono überzeugte etwa 2018 die Health-Start-up-Szene: Schon beim DemoDay zum ersten Durchgang des Health Hub Vienna im Juni holte sich ThinkSono den Sieg. Im Herbst wurde das Start-up dann auch auf der Konferenz „Health.Pioneers“ ausgezeichnet.

ThinkSono hat eine Software für tragbare Ultraschallgeräte entwickelt, die tiefe Venenthrombosen diagnostiziert – die häufigste vermeidbare Todesursache in Krankenhäusern und bei Schwangeren. Bisher war die Gefäßerkrankung nur mit großem – auch finanziellem – Aufwand zu entdecken.



WEITERGEBEN

BOTSCHAFTER FÜR BILDUNGSGERECHTIGKEIT

Kinder sind die Zukunft, und auch hier ist sich UNIQA der gesellschaftlichen Verantwortung bewusst. Daher unterstützt das Unternehmen Initiativen, die den Jüngsten beim Start in ein gutes Leben helfen.

Ganz dem Thema Bildungsgerechtigkeit hat sich die 2011 gegründete Organisation Teach For Austria verschrieben, weil der Bildungserfolg nicht in erster Linie von Einkommen, Status und Bildungsniveau der Eltern abhängen darf. Unter anderem bildet Teach For Austria junge Menschen mit akademischem Hintergrund aber ohne Lehramtsstudium in elf Wochen – fünf Wochen Onlinecampus und sechs Wochen Sommerakademie – zu „Fellows“ aus. Diese arbeiten im Rahmen des Programms auf zwei Jahre befristet an Mittelschulen und Polytechnischen Schulen, an denen besonders viele Schüler aus bildungsfernen und einkommensschwachen Familien kommen.

Schulabbruch vermeiden

„Die Zukunft unserer Gesellschaft entscheidet sich im Klassenzimmer. Fellows übernehmen genau dort Verantwortung“, erklärt Teach-For-Austria-Geschäftsführer Gebhard Ottacher: „Sie fördern Kinder, die aufgrund ihres sozioökonomischen Hintergrunds ein hohes Risiko für einen frühen Ausbildungsabbruch haben.“ Ob die Fellows danach in der Schule bleiben oder nicht, eines bleiben sie in jedem Fall: Bildungsbotschafter.

Bereits 2014 verbrachte UNIQA CEO Andreas Brandstetter als Gast einen Diskussionsnachmittag mit den Teach-For-Austria-Fellows. Er sprach über die Umsetzung von Strategien, Lernen aus dem Scheitern und das berühmte



*Junglehrer bei UNIQA:
Die Teach For Austria-
Fellows sollen Kinder aus
bildungsfernen Familien fördern*

Bauchgefühl. Seither ist er jedes Jahr als Gast-Fellow in der Teach-For-Austria-Woche dabei. Manager aus Politik und Wirtschaft bereiten gemeinsam mit einem Fellow Lehrinhalte auf, die in den Klassen sonst so nicht vermittelt werden.

Sommerakademie bei UNIQA

Als Teach For Austria im Vorjahr auf der Suche nach einem Ort für die Sommerakademie war, erklärte sich UNIQA bereit, die letzte Woche des Trainingsprogramms für 54 Quereinsteiger am Konzernsitz stattfinden zu lassen.

Anfangs bedurfte es noch ein wenig Feingefühls und Bewusstseinsbildung auf beiden Seiten, erinnert sich Ottacher, „denn ein Versicherungsunternehmen und eine Schar motivierter, angehender Lehrer sind nicht unbedingt zwei Gruppen, die täglich aufeinandertreffen.“ Doch die Woche war ein großer Erfolg für beide Seiten. Fellows und Trainer berichteten, dass sie immer wieder anerkennend von Mitarbeitern angesprochen wurden. „Und für die Fellows war die Verpflegung durch die Kantine ein weiteres Highlight, das sie für die intensive letzte Ausbildungswoche gestärkt hat“, sagt Gebhard Ottacher mit einem Augenzwinkern.

WO DER SPORTS-GEIST ZU HAUSE IST

Wer sich von klein auf ausreichend bewegt, ist konzentrierter und motivierter. Neben verschiedenen Initiativen rund um Bewegung und gesunde Ernährung sponsert UNIQA seit vielen Jahren österreichische Schülerligen.

Die Finale der Schülerligen werden Jahr für Jahr mit großer Spannung erwartet, die wichtigsten Spiele sogar im ORF gezeigt. An den Bewerbungen im Volleyball, Basketball, Handball und Fußball nehmen inzwischen um die 20.000 Nachwuchssportler teil, wobei Mädchen und Burschen in jeweils eigenen Wettkämpfen antreten.

Im Schulsport boomt Mädchenfußball schon lange

Ein Highlight ist die UNIQA MädchenfußballLIGA, die vor zehn Jahren, lange vor dem Hype durch die EM 2017, gegründet wurde. Zuletzt nahmen 217 Teams daran teil. In den letzten Jahren zeigte das

Bundesrealgymnasium Polgarstraße den besten Fußball, 2018 holten die Mädchen unter anderem vor den Augen von ÖFB-Damen-Trainer Dominik Thalhammer den Sieg zum dritten Mal in Folge nach Wien.

Im Finale der UNIQA School Championships Boys im Volleyball wurde mit den Burschen vom Georg-von-Peuerbach-Gymnasium Linz das erste Siegerteam im Schuljahr 2017/2018 gekürt. Vielen Zuschauern blieb das Bundesfinale unter anderem deshalb in Erinnerung, weil die Spiele in Tamsweg als besonders toll organisiert und die Stimmung als schier großartig empfunden wurden. Rund 150 Mannschaften aus etwa 100 Schulen nehmen jährlich an den UNIQA School Championships teil.



Mädchenfußball: 217 Teams im Wettbewerb

Die Bundesmeisterschaften im UNIQA Basketball Schulcup fanden 2018 in Fürstenfeld statt. Bei den Mädchen setzte sich am Ende das BG/BRG Oberschützen (Burgenland) durch, bei den Burschen das BG/BRG Klosterneuburg (NÖ). Und bei den 38. Bundesmeisterschaften im UNIQA Handball Schulcup holten sich die Schülerinnen des SRG Maria Enzersdorf (NÖ) den Titel, bei den Schülern siegte die NMS Ferlach (Kärnten).

Lieblingssportarten entdecken beim Trendsportfestival

Schon einmal von Slacklining, Floorball oder Longboarding gehört? Beim UNIQA Trendsportfestival mit SPORTUNION im vergangenen Sommer ließen sich etwa 6.200 Jugendliche quer durch alle Bundesländer von teils außergewöhnlichen Sportarten inspirieren. An verschiedenen Stationen konnten Kinder und Jugendliche alle möglichen Trends ausprobieren, bis hin zu Tanzsport, Akrobatik und Rugby. In Klagenfurt schaute sogar Olympiasieger Matthias Mayer vorbei.

Trends testen: 6.200 Jugendliche haben verschiedene Sportarten ausprobiert



WEIT ÜBER REINE PRODUKTE HINAUS

UNIQA Gesellschaften und Mitarbeiter haben 2018 diverse Auszeichnungen erhalten, mit denen unsere Kunden und Branchenexperten bestätigen: Der eingeschlagene Weg vom Produktanbieter zum Serviceprovider ist der richtige.

BESTE SACHVERSICHERUNG IN TSCHECHIEN

Die Wirtschaftszeitung Hospodářské noviny hat die UNIQA Sachversicherung 2018 zur besten des Landes gekürt. Bewertungsbasis waren Websites, Preislisten, Jahresberichte, Mystery-Tests und ausgewählte Wirtschaftsindikatoren. „Unser Wachstum im Segment Sachversicherung war in den letzten drei Jahren sehr dynamisch, und die erzielten Gewinne zählen zu den größten auf dem gesamten Markt“, so CEO Martin Žáček. In Tschechien kommen 84 Prozent der UNIQA Prämien aus der Sachversicherung.



CEO Martin Žáček (ganz rechts) bei der Übernahme des Preises

FONDSGEBUNDENE LEBENSVERSICHERUNG IN UNGARN TOP



Das Research-Institut MoneyMoon hat im September 2018 die besten Fonds in Ungarn erhoben. Bewertet wurden 900 Fondsprodukte in zwölf Kategorien, die von zehn Versicherungen gemanagt werden. UNIQA hat dabei in sechs Kategorien den ersten Platz erreicht. UNIQA Ungarn verwaltet in der fondsgebundenen Lebensversicherung rund 300 Millionen Euro. Die Palette der aktuell 20 Fonds reicht von Aktien, Staats- und Unternehmensanleihen bis hin zu Immobilien und Edelmetallen.

Imre Kiss, Thomas Dockal, Andor Daróczi, Wolf Gerlach, Erich Frimmel (v. l. n. r.)

UNIQA ÖSTERREICH HAT DIE BESTEN BERATER

Außendienstmitarbeiter von UNIQA Österreich beraten am besten. Das bestätigt ein erstmals verliehener Sonderpreis des Recommender 2018. Auf die Frage „Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie Ihre/n Berater/in einem Freund oder Kollegen weiterempfehlen?“ erhielten Berater von UNIQA Österreich die höchsten Bewertungen. Vertriebsvorstand Peter Humer: „Der Preis belegt, dass Beratung – eines unserer wichtigsten Assets – die beste Qualität bietet und unsere Kunden das anerkennen.“ Der Recommender Award wird vom Finanz-Marketing Verband Österreich (FMVÖ) verliehen.

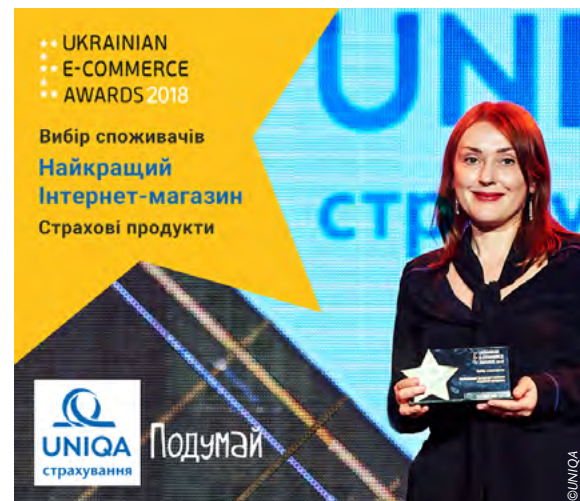
Herbert Kaiser, ExklusivVertrieb, mit Vertriebsvorstand Peter Humer



UKRAINE HOLT E-COMMERCE-AWARD

UNIQA Ukraine hat die beste Website des Landes in der Kategorie Versicherungsprodukte. Das sagen sowohl Kunden als auch die Jury der „E-Commerce-Awards 2018“. „Die Welt wird online und unsere Branche ist keine Ausnahme“, weiß CEO Olena Uljee: „Wir freuen uns über

diesen Preis, der bestätigt, dass wir in der Einführung der UNIQA Onlinestrategie auf dem richtigen Weg sind.“ Zu den Bewertungskriterien bei den E-Commerce-Awards zählten Nutzen und Komfort der Seite, die Zuverlässigkeit der Angebote und die Kommunikation mit den Usern.



Olena Uljee, CEO UNIQA Ukraine



GROUP SERVICECENTER BEI PERSONALAUSWAHL FÜHREND

Das UNIQA Group ServiceCenter in Nitra, Slowakei, hat den besten Personalauswahlprozess. Bei den Recruit Rank Awards des Arbeitsportals Profesia werden Konzerne von Bewerbern selbst bewertet. Wer gut abschneidet, ist für Jobsucher besonders attraktiv. Es sind die „Geschwindigkeit und Präzision in der Kommunikation mit potenziellen Kandidaten“, die UNIQA der Konkurrenz

Reinhard Böck, Lucia Fintová, Katarina Kratochvilová, Jana Kosdiová, Tibor Zalabai (v. l. n. r.)

vorzuziehen, sagt Jana Kosdiová, HR-Chefin in Nitra. Vom ersten E-Mail-Kontakt bis zur Entscheidung vergehen nicht mehr als sieben Tage. Kosdiová: „Vor allem legen wir Wert darauf, dass jeder Kandidat, der auf unsere aktuelle Anzeige reagiert, die Antwort binnen 24 Stunden nach dem Gespräch bekommt, ohne Rücksicht darauf, ob er den Anforderungen entspricht oder nicht.“ So kommt es, dass sich Bewerber auch für eine ablehnende Antwort bedanken und UNIQA offenbar auch dann positiv sehen, wenn sie nicht genommen wurden.



UNIQA IST MARKE NUMMER 1

UNIQA genießt nicht nur die höchste Markenbekanntheit, sondern auch das größte Vertrauen in Österreich. Das haben Umfragen des Instituts marketmind im Auftrag von UNIQA, Generali, Wiener Städtische und Allianz 2018 erneut bestätigt. Mit einer spontanen Bekanntheit bei 74,1 Prozent der Befragten liegt UNIQA deutlich vor dem Wettbewerb. Bei der Vertrauenswürdigkeit führt UNIQA knapp.

Das Magazin Top Gewinn hat UNIQA 2018 das beste Image innerhalb der

Versicherungsbranche bescheinigt. Auch in der Sammelgruppe Banken und Versicherungen liegt UNIQA im Image-Ranking unter den Top 3.

„UNIQA ist eine vergleichsweise junge Versicherungsmarke, wenn auch mit 200-jährigen Wurzeln. Es ist bemerkenswert, wie wir uns hier immer wieder gegen die traditionellen Häuser in unserer Branche durchsetzen“, sagt Gabriela Rusu, Group Marketing & Communication: „Eine starke Marke und das passende Image helfen uns auch als Arbeitgeber, talentierte Mitarbeiter für uns zu gewinnen.“

LEUCHTENDE ERINNERUNG AN EINE DUNKLE ZEIT

Anlässlich des 80. Jahrestags der Reichspogromnacht wurde der UNIQA Tower im November 2018 erstmals zum „Namensturm“. Dieser soll nun Jahr für Jahr an die große Gewalteskalation gegen jüdische Mitbürger erinnern.



Namensturm: Erinnerung an 68 ermordete Anrainer

68 Namen von Holocaustopfern prangten sechs Nächte lang in leuchtenden Lettern auf der LED-Fassade der UNIQA Unternehmenszentrale. Insgesamt 125.000 Menschen dürften die außergewöhnliche Installation gesehen haben, stützt man sich auf Zahlen der Straßenverkehrszählung.

Viele Anrainer, Medien und Mitarbeiter nahmen das überdimensionale Mahnmal beeindruckt auf. Einem Zufall war es zu verdanken, dass auch Überlebende des Holocaust, die auf Einladung der Regierung gerade Wien besuchten, in der Nähe waren, als der Tower am 6. November um Punkt 19:38 Uhr zum „Namensturm“ wurde.

Gerhard Baumgartner, Wissenschaftlicher Leiter am Dokumentationsarchiv des österreichischen Widerstandes (DÖW), erzählt, was das Projekt für ihn bedeutet.

Wie ist die Idee zum „Namensturm“ entstanden?

Ich bin schon immer ein großer Fan der Tower-Fassade gewesen, und im Zuge der Vorbereitungen für unser Memento-Projekt ist mir die Idee gekommen, man könnte dort auch die Namen von Holocaustopfern zeigen. Damit bin ich zu UNIQA gegangen, und mich hat es fast erstaunt, wie gut das gleich aufgenommen wurde. Leider wäre es technisch zu komplex gewesen, die Namen aller österreichischen Holocaustopfer einzuspielen. Ich hatte mir übrigens ausgerechnet, dass es dann ganze zwei Tage gedauert hätte, bis alle Namen im Ein-Sekunden-Takt durchgelaufen wären. Daher haben wir uns für die Namen jener 68 Menschen entschieden, die vor ihrer Deportation im Bereich der heutigen UNIQA Unternehmenszentrale gelebt hatten.

Was ist Memento genau?

Unter anderem die Basis für den Namensturm. Österreich hat als eines der wenigen Länder eine fast vollständige Opferdatenbank. In diese sind natürlich sehr viel Arbeit und Geld geflossen, und der nächste Schritt war, diese Infos ins Internet zu bringen, um sie allen zur Verfügung zu stellen. Das ist mit www.memento.wien passiert, womit wir 2015 begonnen haben. Mit dem Namensturm haben wir das noch sichtbar gemacht. Erinnern heißt für mich auch, Dinge sichtbar zu machen – das gab es so vorher noch nie. Auch sowas wie Memento gibt's in ganz Europa nicht, hier sind wir ganz weit vorne.

Welche Reaktionen haben Sie auf den Namensturm erhalten?

Viele sehr positive Reaktionen, vor allem in den Tagen, nachdem auch die



Gerhard Baumgartner, DÖW:
„Viele sehr positive Reaktionen“

„Zeit im Bild“ groß darüber berichtet hat. Und zwar von unterschiedlichsten Menschen, von der jüdischen Community sowieso. Ich habe mich auch mal ins Café bei der Urania gesetzt, um selbst zu erleben, wie die Leute auf die Installation reagieren. Auch da waren sehr viele aufmerksam und haben darüber gesprochen.

Wie wichtig ist es, dass auch Unternehmen dazu beitragen, solche Zeichen zu setzen?

Dass Unternehmen, so wie beim Namens-turm UNIQA und Raiffeisen, so zu ihrer Verantwortung stehen, ist für mich in

dieser Art wirklich ein Ausdruck einer neuen Qualität der Unternehmenskultur.

Inwieweit spielen beim Erinnern auch die Gegenwart und die Zukunft eine Rolle?

Eine Erinnerungs- beziehungsweise Gedenkkultur macht natürlich nur Sinn, wenn man sie mit der aktuellen Lage verknüpft. Die Inszenierung von Geschichte hat ja immer etwas mit der Gegenwart zu tun. Erinnerung ist also auch als Vermächtnis und als klarer Auftrag für die nachfolgenden Generationen zu sehen.

Das Interview führte Sabine Karrer.

KAFFEE ODER SCHLAFMITTEL?



Albaniens Hauptstadt Tirana wurde im Juni 2018 zur UNIQA Ideen-hauptstadt. Mitarbeiter aller Länder präsentierten Vorschläge für ein sicheres, besseres und längeres Leben.

Was wäre mit – UNIQA pure!, einem Basispaket für Onlinekunden? Oder mit einem „digitalen Container“ für den gesamten Verkaufsprozess? Insgesamt neun Prototypen, Konzepte, die im jeweiligen Entstehungsland bereits konkrete Formen angenommen haben, gingen beim UNIQA International Forum über die Grenzen hinaus. Die weiteren sieben: ein Mobile-Customer-Self-Service (Kunden können Vertragsänderungen etc. selbst machen), Digital Claims Experience 60 Seconds (ein Chatbot, der Kunden in 60 Sekunden durch die gängigsten Schadenmeldungen führt), Robotics (automatisierte Abwicklung gewisser Arbeitsprozesse), GoSmart



(Belohnung für Handyverzicht am Steuer, siehe Seite 23), Situative Insurance (etwa Reiseversicherung in Grenznähe), Big Data (flexible Prämien-gestaltung je nach Kundenverhalten) und SME (Standardprozesse für Standardrisiken in Klein- und Mittelbetrieben).

Das Forum war neuen Business-Ideen gewidmet, „die das Potenzial haben, uns im Hinblick auf Wachstum, Profitabilität und Kundenfokus weiterzubringen. Ich bin beeindruckt vom Engagement, vom Wissen und vom Spirit in der ganzen UNIQA Gruppe“, so Wolfgang Kindl, Vorstandsvorsitzender UNIQA International.

Harald kann nicht schlafen

Unter dem Motto „Think great ideas light the way“ war in Tirana aber auch Raum für noch nicht exakt durchdeklinierte Vorschläge. Aus der Ukraine kam die Idee, UNIQA Produkte mit anderen Konsumgütern – konkret Kaffee – zu verbinden und branchenübergreifend voneinander profitieren zu lassen.

Aus Kroatien der Vorschlag für eine Polizze zum Anhören. An den Konzepten hinter den Ideen wurde noch 2018 weitergearbeitet: Bei einem Workshop ging es darum, wie unsere Kunden ihre Sicherheit mit einem Becher Kaffee erhöhen könnten. In einem anderen um die mögliche Zielgruppe für die Audiopolizze. Motivation, Bedürfnisse und Eigenschaften formten einen fiktiven Kunden: Harald. Wie erfährt Harald von der Möglichkeit, sich Vertragsdetails anzuhören? Was gefällt ihm daran? Und verwendet Harald die Audiopolizze vielleicht auch dazu, abends besser einschlafen zu können?



Vorstand Wolfgang Kindl: Beeindruckt vom Spirit in der UNIQA Gruppe

Wie nachhaltig wir heute die Welt gestalten, das werden die Kinder beurteilen. Ein sicheres, besseres und längeres Leben beginnt und endet bei ihnen.

Kinder an die Macht: UNIQA Serbien hat sein Top Management am Tag der Kinderrechte (20. November 2018) mit Kindern besetzt. In ihrem Meeting entschieden die 20 kleinen Vorstände, das Headquarter in die UNICEF-Farbe Blau zu tauchen und so dem Auftrag der Weltkinderrechtsorganisation #GoBlue zu folgen. UNIQA Mitarbeiter schlossen sich der Aktion mit blauer Kleidung an. Außerdem kamen die Mini-Manager zu dem Schluss, dass es keineswegs mehr Kinderrechte brauche – wenn nur die bereits festgeschriebenen eingehalten würden. Was zum Beispiel? Ein chancengleicher Zugang zu Bildung, Sicherheit und der Möglichkeit, das eigene Potenzial voll auszuschöpfen. Das Recht auf Gedankenfreiheit unterstrich UNIQA Serbien mit der Spende eines Wandgemäldes des Künstlers Andrej Josifovski an eine Volksschule.



DIE WELT GEHÖRT IN KINDERHÄNDE



Nicht blau, sondern rosa leuchtete der UNIQA Tower in Wien am 11. Oktober, dem internationalen Welt-Mädchentag. Die Signalfarbe auf bedeutenden Gebäuden in ganz Österreich setzt alljährlich ein Zeichen gegen die weltweite Diskriminierung von Mädchen.

Spielen, backen, spenden für Kinder

Kinder, deren Rechte und Möglichkeiten vielfältig beschnitten sind, erhalten von UNIQA auch ganz handfeste Hilfe. UNIQA Kroatien hat schon 2016 die Plattform „Radost Zivota“ („Lebensfreude“) geschaffen. Initiativen und Institutionen, deren Idee einer besseren Lebensqualität speziell

Welt-Mädchentag:

Der UNIQA Tower in Signalfarbe Pink



der jungen Generation gilt, können dort um Unterstützung werben. UNIQA lässt eine Jury über die besten Ideen entscheiden und hilft finanziell. In Ungarn spendet UNIQA zu Weihnachten bereits traditionell an verschiedene Organisationen. Zum Teil können die Mitarbeiter bei der Auswahl mitentscheiden. Um Geld aufzutreiben, hat man Partner wie Ungarns bekannteste Rockband „Tankcsapda“ gewinnen können. Kinder mit körperlicher, mentaler



Mithelfen bewegt

Mit einem Bewegungsimpuls verknüpft ist die Aktion „Jeder Schritt zählt“. UNIQA und die Lebensmittelkette SPAR haben in der ersten Jahreshälfte 2018 in Österreich zum Gehen für den guten Zweck aufgerufen. Via App wurden alle Schritte, egal ob gewandert, gewalkt, gelaufen oder spaziert, gezählt und einem Sammelkonto gutgeschrieben. Für 100 Millionen Schritte sollten 10.000 Euro an SOS-Kinderdorf gehen. Tatsächlich kamen mit rund 187 Millionen Schritten fast doppelt so viele zusammen wie gefordert. Auch dank Karl Mallmann. „Irgendeine soziale Aktion habe ich immer am Laufen“, erzählt der Kundenberater in St. Pölten, der auch fleißig Schultaschen für Rumänien gesammelt hat. Thomas Briningner vom Marketing der Landesdirektion Wien hatte noch einen anderen Anreiz mitzumachen: „Mich hat auch interessiert, wie viele Schritte ich so pro Tag mache. Messbarkeit erzeugt Aufmerksamkeit, und die erzeugt Motivation.“

UNIQA goes Blue: Am Tag der Kinderrechte haben Mini-Manager in Serbien den Laden übernommen

und mehrfacher Behinderung profitieren von verschiedenen Aktivitäten, auch über CHERRISK (siehe Seite 6). Für den guten Zweck konnten Mitarbeiter auch Gebäck selbst herstellen und verkaufen.

In Österreich haben UNIQA Mitarbeiter Kindern in Rumänien den Schulbesuch ermöglicht. Sie spendeten Schultaschen für das Projekt „Wege aus dem Ghetto“ der H. Stepic CEE Charity. Diese unterstützt gemeinsam mit der Caritas in der Region Satu Mare und Baia Mare vier Schülerhorte für Roma-Kinder. Zur Lern- und Hausaufgabenhilfe gehört auch die Bereitstellung der nötigsten Schulmaterialien.

Komödie für Kinder: Zu einem sicheren, besseren und längeren Leben zählt auch Kultur

Kontakt zu Kunst und Kultur

Im schulischen Umfeld fördert UNIQA Bewegungsfreude und Chancengleichheit von Kindern (siehe Seite 44 und 45).

Zu einem besseren Leben gehören aber auch Kunst und Kultur.

Bei den Komödienspielen Porcia in Spittal/Drau, Kärnten, unterstützt UNIQA das jährliche Kinderstück, 2018 über die Zeichentrickfigur „Grisu“, einen

kleinen Drachen, der nicht furchterregend sein, sondern den Menschen als Feuerwehrmann helfen will. Zur Partnerschaft gehört auch ein Malwettbewerb an Volksschulen der Stadt. Die besten Zeichnungen zum Thema der jeweiligen Aufführung werden vom Theaterensemble prämiert, eine für die Kinder kostenlose Vorführung gibt es natürlich auch.

Bei den Salzburger Festspielen ist UNIQA seit Jahren Partner des Kinder- und Jugendprogramms. 2018 stand „Die Zauberflöte“ auf dem Spielplan. Basierend auf Wolfgang Amadeus Mozart und Emanuel Schikaneder kreierten Tomo Sugao und Aki Schmitt eine Neuproduktion der Oper für Kinder ab sechs Jahren. Peter Humer, Vertriebsvorstand von UNIQA Österreich und Landesdirektor in Salzburg: „Für viele Kinder ist es der erste Kontakt mit der großen Welt der klassischen Musik. UNIQA ist hier als Partner dabei, um ein kleines Stück Lebensfreude zu schenken.“ Festspiel-Präsidentin Helga Rabl-Stadler ergänzt: „Dank UNIQA konnten die Salzburger Festspiele ihr Kinder- und Jugendprogramm ausbauen. Auch den Jungen Kontakt zu Kunst und Kultur zu verschaffen, ist gerade in unserer Zeit besonders wichtig.“



SICHER BESSER LÄNGER LEBEN



Impressum

Medieninhaber: UNIQA Insurance Group AG, Regulatory & Public Affairs, Mag. Andreas Rauter
Untere Donaustraße 21, 1029 Wien, Tel.: (+43) 01 21175-3320, csr@uniqa.at

Redaktion: Mag. Sabine Karrer, Mag. Barbara Morawetz (Leitung),
Tel.: (+43) 01 21175-2204, presse@uniqa.at

Kreativkonzept und Design: Manuela Sylva

Lektorat: be.public Corporate & Financial Communications GmbH, www.bepublic.at

Übersetzung: ASI GmbH/www.asint.at

Papier: Desistar 120 g/m²

Hersteller: AV+Astoria Druckzentrum GmbH, Faradaygasse 6, 1030 Wien

Dieser Bericht erscheint in deutscher und englischer Sprache. Maßgeblich ist in Zweifelsfällen die deutsche Version.

Mit der aus Gründen der besseren Lesbarkeit gewählten grammatikalisch männlichen Form in diesem Bericht sind Frauen und Männer gleichermaßen gemeint.



SICHER BESSER LÄNGER LEBEN

Nichtfinanzieller Bericht 2018 / UNIQA Group

Vorwort des Vorstands

Das Jahr 2018 hat uns viele Erkenntnisse und Einsichten gebracht, wie wir unseren Kurs in den nichtfinanziellen Belangen, insbesondere rund um das Thema Klimawandel, noch konsequenter ausrichten können. Wir haben es besonders in der Disposition unserer Kapitalanlagen, aber auch in der Gestaltung unseres Versicherungsportfolios in der Hand, Impulse zu setzen und auch Wirkung zu erzielen. Neben unserem sozialen Engagement, in dem wir uns besonders auf die Bereiche Gesundheit und Bildung konzentrieren, haben wir uns neuen Klimazielen verschrieben, die wir nach erfolgreicher Umsetzung erster Schritte über die kommenden Jahre weiter forcieren wollen. Denn der stetige Wandel unserer ökologischen und sozialen Lebensumstände birgt immer neue Gefahren und Risiken. Davon sind alle UNIQA Stakeholder betroffen, die uns auch klar erkennen lassen, dass eine entsprechende Ergänzung unserer strategischen Ausrichtung gewünscht bzw. gefordert ist.

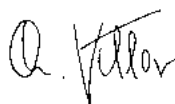
Wir haben die beachtlichen Möglichkeiten erkannt, mit denen sich eine Versicherung nachhaltig engagieren kann, indem sie z. B. ihre Produktangebote für bzw. ihre Investments in umweltschädliche Industrien (etwa die kohlebasierte Energiewirtschaft) einschränkt oder reduziert. Deshalb vereint unsere Klimastrategie das Prinzip einer verantwortungsvollen Veranlagung ebenso wie das Prinzip einer verantwortungsvollen Produktentwicklung und das Bekenntnis zu ressourcenschonendem Wirtschaften mit einem schlanken ökologischen Fußabdruck. Wir verstehen dies als Grundlage für erfolgreiches, nachhaltiges Wirtschaften und möchten diese Haltung noch stärker in unserer Unternehmenskultur verankern. [\[GRI 102-16\]](#)

Wir haben uns vorgenommen, unseren Bestand an Veranlagungen in kohlebasierten Industrien weitgehend zu reduzieren und bis Anfang 2019 völlig abzubauen – ein Ziel, das wir zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts bereits erreicht haben. Parallel dazu haben wir mit dem Aufbau von Investments in nachhaltige Energieformen, z. B. Solar- und Windenergie, begonnen. Um dieser Neuausrichtung Nachdruck zu verleihen, streben wir auch als erster Versicherer die Verleihung des EU Ecolabels und die Zertifizierung nach dem Responsible Investment Standard (RIS) der Österreichischen Gesellschaft für Umwelt und Technik (ÖGUT) an. Damit verpflichten wir uns freiwillig selbst dazu, unser gesamtes Anlagevolumen nachhaltig zu

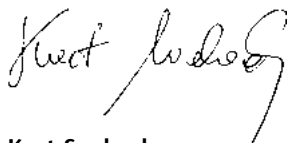
gestalten. Zusätzlich haben wir beschlossen, kein Versicherungs-Neugeschäft mit kohlebasierten Unternehmen abzuschließen und planen zudem den Ausstieg aus unseren bestehenden Verträgen in diesem Bereich.

Mit dieser Veränderung unserer Produktpalette verfolgen wir das Ziel einer ganzheitlichen Unternehmensführung, die sich in ihrer nachhaltigen Ausrichtung – in Ergänzung unseres Bekenntnisses zum Konzept Environment Social Government (ESG) – auch an den Sustainable Development Goals (SDG) der Vereinten Nationen orientiert. Insbesondere SDG 3 (Gesundheit und Wohlergehen) und SDG 13 (Maßnahmen zum Klimaschutz) haben wir in unseren Zielen und Maßnahmen verankert. Denn die Gefährdung unserer umweltbezogenen Lebensbedingungen sehen wir derzeit als größtes Risiko, weil sie am wenigsten umkehrbar ist. Deshalb setzen wir auch bei UNIQA konsequent eine Fülle von Maßnahmen zur Eindämmung des Klimawandels – in Österreich ebenso wie in unseren internationalen Tochtergesellschaften.

Nur so können wir unserem Leitbild und unserer Mission „sicher, besser, länger leben“ auch weiterhin treu bleiben!
[\[GRI 102-14\]](#)



Andreas Brandstetter



Kurt Svoboda



Erik Leyers

01	Vorwort des Vorstands
03	Inhalt
04	Über diesen Bericht
05	UNIQA auf einen Blick
06	Nachhaltigkeitsrisiken
07	Wesentliche Themen und Erwartungen unserer Stakeholder
08	Wesentlichkeitsmatrix 2018
10	Überleitungstabelle GRI und SDG
13	Kunden, Markt, Produkte
13	Kunden und Markt
14	Krankenversicherung
14	Lebensversicherung
14	Schaden- und Unfallversicherung
15	Beschwerdemanagement
16	Umwelt und Ökologie
16	Energieeffizienz und Verringerung der Emissionen
17	Förderung nachhaltiger Veranlagung und Vermeidung kritischer Veranlagungen
19	KPI Umwelt
20	Arbeitnehmerbelange/Mitarbeiter
20	Zufriedene, gut ausgebildete Mitarbeiter
23	KPI Arbeitnehmer
27	Menschenrechte, Korruption und Compliance
27	Regeltreue als oberstes Prinzip
27	Compliance
28	Umgang mit Daten und neuen Technologien
29	Soziales – Gesellschaftliche Verantwortung
29	Engagement für Gesundheit und Bildung
31	GRI Content Index
36	Prüfbericht Deloitte
40	Impressum

Über diesen Bericht

Im zweiten nichtfinanziellen Bericht der UNIQA Insurance Group AG möchten wir unsere Aktivitäten im Bereich Corporate Social Responsibility (CSR) vorrangig in einer Sicht auf den gesamten Konzern (§ 267a UGB) aufzeigen, unseren Stakeholdern Einblick in unsere Geschäftstätigkeit geben sowie transparent darlegen, wo wir in Sachen nachhaltiger Unternehmensführung stehen und woran wir zukünftig arbeiten wollen. Da die UNIQA Insurance Group AG das Versicherungsgeschäft der Gruppe im In- und Ausland nicht direkt betreibt, werden die Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelange sowie die Themen Menschenrechte, Korruption und Bestechung auf Konzernebene konzipiert und sodann in den operativen Konzerngesellschaften umgesetzt. In diesem Sinn besteht in Bezug auf den Einzelabschluss (§ 243b UGB) kein anderes – abgewandeltes oder eingeschränktes – Konzept, das in anderer Weise verfolgt wird. Die Ambition hinter unserem konsolidierten nichtfinanziellen Bericht entspricht unseres Erachtens beiden gesetzlichen Vorgaben.

Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards: Option Kern erstellt, so wie auch der Bericht 2017, der am 12. April 2018 veröffentlicht wurde. [\[GRI 102-51, 102-54\]](#) 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 31 bis 35 übersichtlich dargestellt. Der vorliegende Bericht enthält Informationen und Daten der UNIQA Insurance Group AG (UNIQA Group) mit Blick auf den Gesamtkonzern (PremiQaMed-Gruppe nicht enthalten).

Der Berichtszeitraum für die veröffentlichten Kennzahlen und Beschreibungen umfasst das Geschäftsjahr und somit den Zeitraum 1. Jänner bis 31. Dezember 2018. [\[GRI 102-50\]](#)

Im Sinn höherer Aktualität werden zudem je nach Thema auch Ziele und Maßnahmen für 2019 dargestellt. Die Berichterstattung findet jährlich statt. [\[GRI 102-52\]](#)

Für die Berechnung der Umweltkennzahlen 2018 wurden die Zahlen für die Headquarter ausgewählter Länder miteinbezogen. Der genaue Berichtsumfang wird in der

Kennzahlentabelle Umwelt erläutert. 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 zusammengefasst. Es ist vorgesehen, die fehlenden Länder sukzessive in die Berichterstattung mit einzubeziehen. [\[GRI 102-45\]](#)

Auf Basis der bestehenden Umweltdaten stellen wir auch im aktuellen Bericht unseren Corporate Carbon Footprint (t CO₂eq) dar.

Die Daten im Kapitel Mitarbeiter wurden anhand des Personalstands der UNIQA Group dargestellt. Der genaue Berichtsumfang wird in der Kennzahlentabelle Mitarbeiter erläutert.

Die Daten zum Thema Compliance wurden in 18 Ländern der UNIQA Group erhoben.

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.

Die UNIQA Group ist eine der führenden Versicherungsgruppen in ihren beiden Kernmärkten Österreich und Zentral- und Osteuropa (CEE). Rund 19.000 Mitarbeiter und exklusive Vertriebspartner betreuen in 16 Ländern mehr als 10,1 Millionen Kunden. In Österreich mit einem Marktanteil von rund 22 Prozent zweitgrößtes Versicherungsunternehmen, sind wir in der Wachstumsregion CEE in weiteren 15 Märkten zu Hause: Albanien, Bosnien und Herzegowina, Bulgarien, dem Kosovo, Kroatien, Montenegro, Nordmazedonien, Polen, Rumänien, Russland, Serbien, der Slowakei, Tschechien, der Ukraine und Ungarn.

Die meisten Kunden betreuen wir in der Schaden- und Unfallversicherung, auf die 52 Prozent der Prämien entfallen, gefolgt von der Lebensversicherung mit 27 Prozent und der Krankenversicherung mit 21 Prozent. 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. Über 60 Prozent unserer Kunden und knapp 30 Prozent unserer Prämien entfallen bereits auf diese Region. Werden in Österreich im Schnitt pro Person knapp 1.895 Euro pro Jahr für Versicherungen aufgewendet, sind es in CEE erst rund 210 Euro. Tschechien, wo der Wert bei 480 Euro pro Jahr liegt, ist dabei bereits am weitesten entwickelt. Alle weiteren Informationen zur Geschäftstätigkeit der UNIQA Group sind im Geschäftsbericht 2018 ersichtlich. [GRI 102-1, 102-2, 102-3, 102-4, 102-5, 102-6, 102-7, 102-10, 102-18, 201-1, 202-2]

Risikomanagement

Grundlage jedes Versicherungsunternehmens ist eine starke Kapitalbasis. Damit diese langfristig erhalten bleibt, dürfen Risiken nur dann eingegangen werden, wenn sie kalkulierbar sind. Um dies sicherzustellen, setzt UNIQA auf strenge Regeln und aktives Management von Risiken.

Managementansatz

Wir haben bei UNIQA 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 die Ablauforganisation für den Risikomanagementprozess festgelegt sind, sondern auch der Rahmen für die spezifischen Prozesse für jede Risikokategorie definiert wird. Darüber hinaus werden für jedes Risiko Maßnahmen bestimmt, die zur Vermeidung oder Reduktion eines potenziellen Schadens führen sollen.

Nachhaltigkeitsrisiken werden bei UNIQA aktuell nicht als eigene Risikokategorie klassifiziert, sondern den bestehenden Kategorien¹⁾ zugeordnet. Wir haben dafür untersucht, ob sich aufgrund unserer Geschäftstätigkeit oder im Zusammenhang mit unseren Geschäftsbeziehungen, Produkten oder Dienstleistungen wesentliche Risiken im Hinblick auf die Belange des Nachhaltigkeits- und Diversitätsverbesserungsgesetzes (NaDiVeG) ergeben. Unserer Bewertung nach bestehen derzeit keine sehr wahrscheinlichen Risiken mit schwerwiegenden potenziellen Auswirkungen. Dennoch haben wir bei folgenden Themen unserer Wesentlichkeitsanalyse potenzielle Nachhaltigkeitsrisiken identifiziert: „Umgang mit Daten und neuen Technologien“, „Kundeninformation und Finanzbildung“, „Beschwerdemanagement“, „Vermeidung kritischer Veranlagungen“, „Zufriedenheit der Mitarbeiter“ sowie „Ethik und Compliance“. Weitere relevante Risiken sehen wir bei den Themen „Gesetzliche und private Versicherung“, „Finanzierung der Pension“, „Gesundheit und Pflege“, „Langfristiger wirtschaftlicher Erfolg“ sowie „Regionaler Ansprechpartner“. [GRI 102-15]

Maßnahmen und Ergebnisse 2018

Folgende Aktivitäten und Entwicklungen haben den Bereich Risikomanagement im Jahr 2018 geprägt:

- Im Rahmen einer internen Studie wurde das Cyberisiko als zentrales, mit fortschreitender Digitalisierung stetig zunehmendes Risiko identifiziert. Als Gegenmaßnahme haben wir noch 2018 eine Cyberversicherung abgeschlossen und treiben zudem die Umsetzung eines gruppenweiten modernen Sicherheitskonzepts intensiv voran.
- Im Jahr 2018 traten die Versicherungsvertriebsrichtlinie IDD und die DSGVO in Kraft. Da es uns ein Anliegen ist, Kundeninformationen transparent und unsere Leistungen verständlich darzustellen, hatten wir etliche Vorgaben der IDD schon vor Inkrafttreten umgesetzt. Ebenso haben die Sicherheit der persönlichen Daten unserer Kunden sowie der Schutz vor Datenmissbrauch bei uns oberste Priorität.

Prioritäten und Herausforderungen für 2019

Im Geschäftsjahr 2019 stehen für uns folgende Weiterentwicklungen im Fokus:

- Einmal jährlich werden die Risiken in unserem Unternehmen erhoben und vordefinierten Risikokategorien zugeordnet. Deren Erweiterung um die Kategorie „Nachhaltigkeitsrisiken“ ist ein wichtiges Ziel. Die Frage, ob ein identifiziertes Risiko auch aus dem Blickwinkel der Nachhaltigkeit von Relevanz ist, soll zum fixen Bestandteil der Interviews und des Berichtswesens im Rahmen des Risikomanagementprozesses werden.
- Das Konzept der Mitarbeiterbefragung wird 2019 erstmals auch in den internationalen Gesellschaften umgesetzt. Auch hier werden wir aus den Ergebnissen entsprechende Verbesserungsmaßnahmen ableiten und umsetzen, um potenzielle Risiken im Mitarbeiterbereich zu minimieren.
- Unsere Mitarbeiter müssen 2019 verpflichtend umfassende E-Learnings zu den Themen „Compliance“, „Geldwäsche“ und „Sicherheit“ absolvieren. Dadurch wird das Thema „Ethik und Compliance“ gut abgedeckt und eine Minimierung der entsprechenden Risiken gewährleistet. [GRI 205-2]

Die mit der nichtfinanziellen Berichterstattung verbundene Risikoberichterstattung ist im Risikobericht des Konzernabschlusses (Konzernanhang) enthalten. [GRI 102-11, 102-15]

¹⁾ Versicherungstechnische Risiken, Marktrisiken, Kredit- und Ausfallrisiken, Liquiditätsrisiken, Konzentrationsrisiken, strategische Risiken, Reputationsrisiken, operationale Risiken, Ansteckungsrisiken, neue („emerging“) Risiken

Wesentlichkeitsmatrix 2018

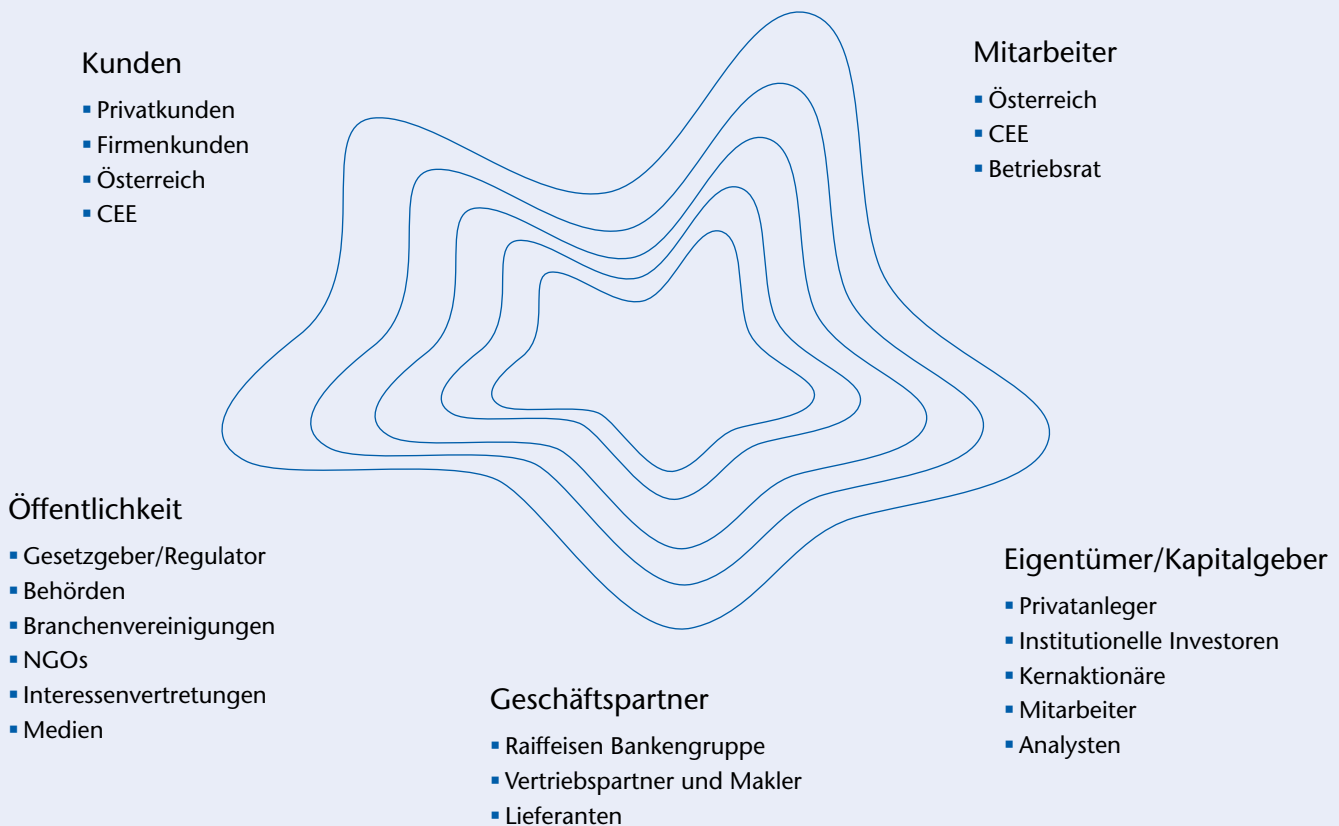
Die Anliegen unserer Stakeholder

Die Geschäftstätigkeit von UNIQA betrifft viele Stakeholder-Gruppen und Menschen mit unterschiedlichen Erwartungen. Die Ermittlung der für diese Personengruppen relevantesten Themen ist für einen international agierenden Konzern wie UNIQA ein zentrales Element im Nachhaltigkeitsmanagement und in der nichtfinanziellen Berichterstattung.

UNIQA Group – die wichtigsten Stakeholder

Zu den Stakeholdern der UNIQA Group zählen an erster Stelle Mitarbeiter, Partner, Kunden, die Öffentlichkeit sowie Menschen, die im Zusammenhang mit unserer direkten und indirekten Geschäftstätigkeit berechnete Anliegen an uns haben. Als börsennotierter Konzern stehen wir zudem in regem Kontakt mit Investoren, Analysten sowie sonstigen Akteuren des Kapitalmarkts. In Zahlen ausgedrückt, sind dies rund 19.000 Mitarbeiter und exklusive Vertriebspartner, mehr als 10,1 Millionen Kunden sowie zahlreiche Partner, Anleger und sonstige Personen(gruppen) mit einer Nahebeziehung zu UNIQA. Sie alle zeigen sich interessiert daran, dass unser Unternehmen nachhaltig geführt wird.

[GRI 102-40]



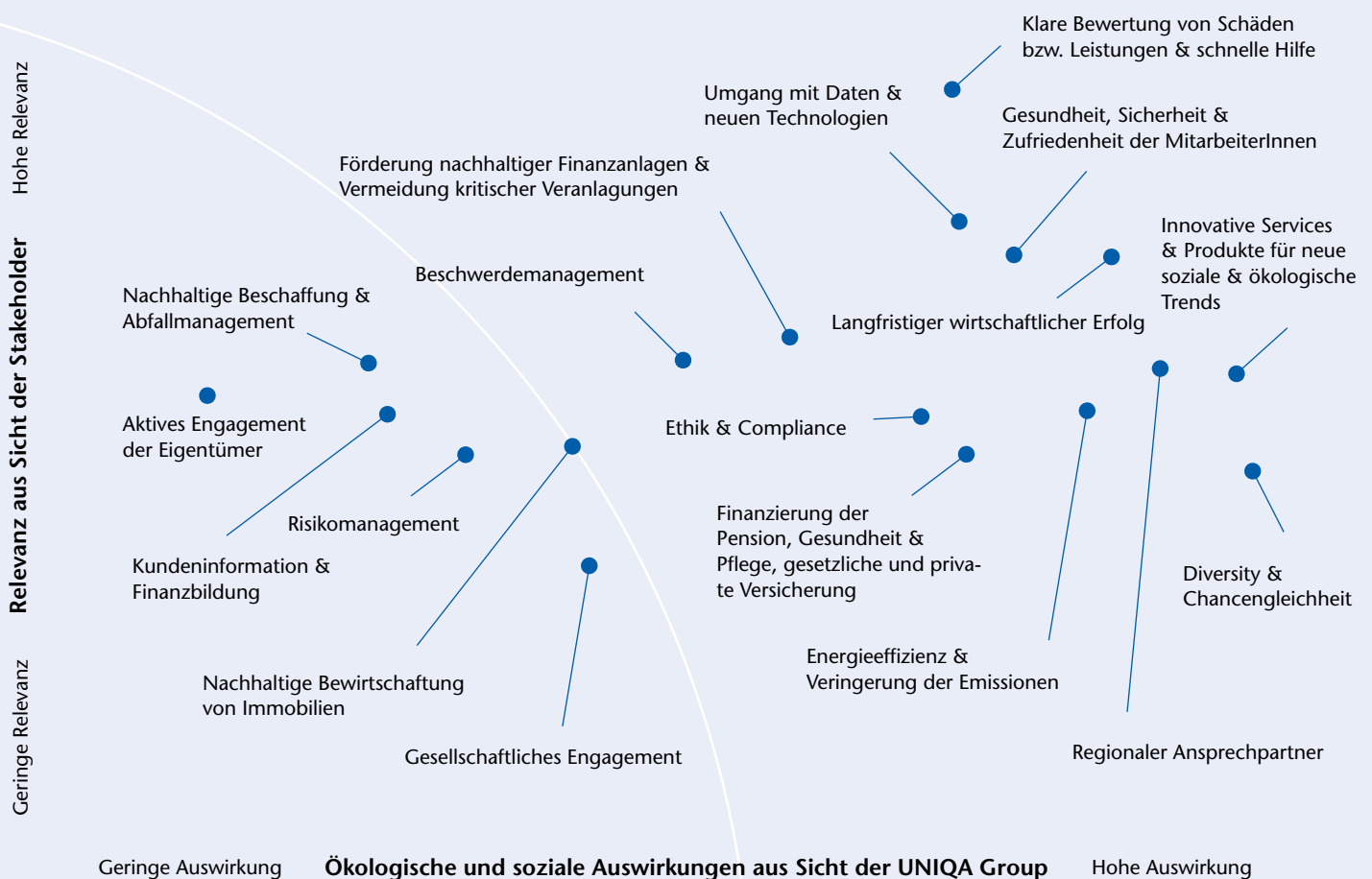
Wesentliche Themen und Erwartungen unserer Stakeholder

UNIQA Group – Wesentlichkeitsmatrix

Nicht zuletzt deshalb engagiert sich UNIQA auch für Nachhaltigkeit in den verschiedensten Bereichen und entspricht damit der Bedeutung dieses Themas. Damit die Projekte und Initiativen auch tatsächlich ins Ziel treffen, ist es wichtig, die Anliegen unserer Stakeholder zu kennen und einen konstruktiven Austausch mit ihnen zu pflegen. Ihre aktive Einbindung ist deshalb ein Schwerpunkt unserer Nachhaltigkeitsstrategie und das wichtigste Element unseres Nachhaltigkeitsmanagements. Für den Dialog mit unseren Stakeholdern nutzen wir zahlreiche Kommunikations-schienen und -medien, wie etwa Internet, Intranet, Blogs, Workshops, Informationsveranstaltungen, Befragungen, Trainings, Schulungen oder Medienkontakte. Daneben beteiligen wir uns aktiv an zahlreichen Foren und Initiativen. Ein weiteres wichtiges Instrument sind regelmäßige Stakeholder-Befragungen. [GRI 102-43]

Zur Identifikation wesentlicher Nachhaltigkeitsthemen haben wir 2017 insgesamt 7.500 Stakeholder befragt, was für sie in Sachen Nachhaltigkeit an erster Stelle steht. Das Ergebnis deckt sich weitgehend mit jenen Themen, die auch im Fokus unserer eigenen Nachhaltigkeitsinitiativen stehen. Bei der Identifikation 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 mit einbezogen.

Die wichtigsten Themen für unsere Stakeholder sind in der Wesentlichkeitsmatrix dargestellt. Ganz weit oben stehen bei den Stakeholdern die Themen „Klare Bewertung von Schäden bzw. Leistungen und schnelle Hilfe“, knapp gefolgt von „Umgang mit Daten und neuen Technologien“ sowie „Gesundheit, Sicherheit und Zufriedenheit der MitarbeiterInnen“. [GRI 102-44, 102-46, 102-47]



Themenauswahl und -bewertung

Bei der Identifikation der aus Nachhaltigkeitsperspektive wichtigsten Themen sind wir im Jahr 2017 in vier Schritten vorgegangen:

- **Identifikation der Themen:** In einem ersten Schritt haben wir mit Blick auf die gesamte Wertschöpfungskette der Versicherungsbranche 23 relevante Themen identifiziert und in die Kategorien „produktbezogen“, „mitarbeiterbezogen“, „umweltbezogen“ und „gesellschaftliche Verantwortung & Compliance“ gegliedert.
- **Überprüfung:** Parallel dazu wurde eine Onlineumfrage unter internen und externen Stakeholdern gestartet, um deren Sichtweise zu den wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen von UNIQA zu erheben. In Summe haben wir dazu mehr als 7.500 Stakeholder kontaktiert und zu den erwähnten 23 Themen befragt. Um ein ausgewogenes Bild zu erhalten, waren darunter neben Kunden auch Investoren, Vertriebspartner, Mitarbeiter, NGOs sowie Vorstand und Aufsichtsrat.
- **Bewertung:** Im Rahmen von zwei Impact-Workshops mit den diversen Fachbereichen des Konzerns haben wir anschließend die ökologischen und sozialen Auswirkungen unserer Tätigkeit in Bezug auf diese Themen sowie die aus den Themen resultierenden Auswirkungen auf das Unternehmen bewertet.
- **Priorisierung und Wesentlichkeitsmatrix:** Die Ergebnisse aus diesen Wesentlichkeits-Workshops flossen in die abschließende Beurteilung der ökologischen und sozialen Auswirkungen durch das Management mit ein. Als Ergebnis aus der Stakeholder-Befragung und der Impact-Bewertung entstand schließlich die aktuelle Wesentlichkeitsmatrix von UNIQA.

Im Interesse einer kompakten und übersichtlichen Darstellung haben wir die Matrix im Jahr 2018 etwas überarbeitet und dabei ähnliche Themen zusammengefasst. Die jeweilige Zuordnung ist in der Überleitungstabelle auf den Seiten 10 bis 12 im Detail ersichtlich. 2019 werden wir eine neuerliche Stakeholder-Befragung starten, um die Bewertung unserer Nachhaltigkeitsthemen zu aktualisieren.

[GRI 102-49]

Die Sustainable Development Goals (SDG) der Vereinten Nationen (<https://sustainabledevelopment.un.org>) schließlich sind für UNIQA vor allem in drei Bereichen relevant: SDG 3 (Gesundheit und Wohlergehen), SDG 4 (Hochwertige Bildung) sowie SDG 13 (Maßnahmen zum Klimaschutz).

Überleitungstabelle GRI und SDG

Wesentliche Themen	Beschreibung	GRI-Topic Sustainable Development Goals (SDG)
<p>Innovative Services und Produkte für neue soziale und ökologische Trends Die Themen „Förderung eines nachhaltigen Lebensstils“ und „Grundlagen für ein sicheres, besseres, längeres Leben“ wurden hier zugeordnet.</p>	<p>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.</p> <p>Wir fördern und unterstützen einen nachhaltigen Lebensstil durch verschiedene Anreizsysteme. Gesunde Ernährung, Bewegung und Sport und generelles Augenmerk auf Prävention sind die Grundlagen für ein sicheres, besseres, längeres Leben. Wir fördern dies mit verschiedensten Programmen und wollen dadurch zu einer besseren mentalen und körperlichen Lebensqualität beitragen.</p>	<p>Kein Thema im Rahmen von GRI-Standards</p> <p>SDG 3</p>
<p>Klare Bewertung von Schäden bzw. Leistungen und schnelle Hilfe</p>	<p>Wir bemühen uns um Transparenz bei Produkten und Services sowie um schnelle Hilfe und eine klare, nachvollziehbare Bewertung im Schadenfall.</p>	<p>Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen</p> <p>GRI 417-1, 417-2, 417-3</p> <p>SDG 3</p>
<p>Finanzierung der Pension, Gesundheit und Pflege, gesetzliche und private Versicherungen Diese beiden Themen wurden zusammengefasst.</p>	<p>Durch die steigende Lebenserwartung verbleiben mehr Jahre mit Unterstützungsbedarf (finanzielle Unterstützung, möglichst langes Leben im eigenen Zuhause, regelmäßige Beratungs- bzw. Betreuungsgespräche).</p> <p>Im Bereich der finanziellen und gesundheitlichen Vorsorge ergänzen unsere Leistungen dabei die Leistungen des Staats, die Finanzierung erfolgt jedoch jeweils getrennt.</p>	<p>Kein Thema im Rahmen von GRI-Standards</p> <p>SDG 3</p>
<p>Umgang mit Daten und neuen Technologien</p>	<p>Beim Einsatz von neuen Technologien (Telemetrie, Apps, Onlineservices etc.) haben die Sicherheit der persönlichen Daten und der Schutz vor Datenmissbrauch für uns oberste Priorität.</p>	<p>Schutz der Privatsphäre der Kunden</p> <p>GRI 418-1</p>
<p>Beschwerdemanagement</p>	<p>Kundenbeschwerden nehmen wir ernst und bemühen uns um rasche Klärung. Unser strukturiertes Beschwerdemanagement hilft uns zudem, Verbesserungspotenziale rasch zu erkennen.</p>	<p>Kein Thema im Rahmen von GRI-Standards</p>

Überleitungstabelle GRI und SDG

Wesentliche Themen	Beschreibung	GRI-Topic Sustainable Development Goals (SDG)
Förderung nachhaltiger Finanzanlagen und Vermeidung kritischer Veranlagungen	Bei Investitionen in andere Unternehmen achten wir vermehrt darauf, dass ihre Geschäftsmodelle nachhaltig sind und sie sorgsam mit Ressourcen umgehen. Wir bemühen uns insbesondere, bei der Veranlagung unserer Gelder auf Themen wie Umweltschutz und Menschenrechte zu achten.	Managementansatz Produktverantwortung
Gesundheit, Sicherheit und Zufriedenheit der Mitarbeiter	<p>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 und damit für den wirtschaftlichen Erfolg von UNIQA. Ebenso ist für uns der Einklang von Beruf und Familie eine wichtige Voraussetzung für zufriedene und leistungsfähige Mitarbeiter. Deshalb bieten wir unseren Mitarbeitern ein flexibles Zeitmanagement und unterschiedliche Arbeitsmodelle für unterschiedliche Lebensphasen an.</p> <p>Die Förderung der Talente sowie umfassende Aus- und Weiterbildungsprogramme unterstützen unsere Mitarbeiter dabei, ihre Fähigkeiten optimal einzubringen. Eine aktive und offene Kommunikation ist ebenfalls selbstverständlicher Teil unserer Unternehmenskultur. Wir fördern den Austausch von Ideen und Vorschlägen und informieren unsere Mitarbeiter laufend über die Entwicklung des Unternehmens. UNIQA engagiert sich zudem für eine leistungsorientierte Bezahlung und eine faire Einkommensentwicklung sowie betriebliche Nebenleistungen und zahlreiche Vergünstigungen.</p>	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
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 GRI 405-1 Beschäftigung Gleichbehandlung
Energieeffizienz und Verringerung der Emissionen Das Thema „Mobilität der Mitarbeiter“ wurde hier zugeordnet.	<p>Die stetige Verbesserung der Energieeffizienz unserer Immobilien ist uns ein Anliegen, einige Gebäude sind sogar als „Green Buildings“ zertifiziert. Im Einkauf werden Energieanbieter mit erneuerbarer Energie bevorzugt.</p> <p>Geschäftsreisen werden effizient geplant. Ergänzend nutzen wir Telefon- bzw. Videokonferenzen u. ä. für Meetings. Durch unterschiedliche Anreize wie etwa Fahrradabstellplätze unterstützen wir unsere Mitarbeiter bei einer umweltfreundlichen Anreise zum Arbeitsplatz.</p>	Energie, Emissionen GRI 301-1, 302-1, 305-1, 305-2, 305-3 SDG 13

Überleitungstabelle GRI und SDG

Wesentliche Themen	Beschreibung	GRI-Topic Sustainable Development Goals (SDG)
<p>Ethik und Compliance Das Thema „Unternehmenswerte und Unternehmenskultur“ wurde hier zugeordnet.</p>	<p>Die Einhaltung aller gesetzlichen Bestimmungen ist für uns selbstverständlich. In jedem unserer Märkte kümmern sich lokale Einheiten um die Einhaltung von Compliance- und Verhaltensrichtlinien ebenso wie um die Prävention von Korruption.</p>	<p>Korruptionsbekämpfung GRI 205-2, 205-3, 206-1</p> <p>Compliance</p> <p>Wettbewerbswidriges Verhalten GRI 307-1, 406-1, 417-2, 417-3, 418-1, 419-1</p> <p>Ethik und Integrität GRI 102-16</p>
<p>Langfristiger wirtschaftlicher Erfolg</p>	<p>Nur als langfristig erfolgreiches Unternehmen können wir ein sicherer Arbeitgeber sein, unsere Kunden mit nützlichen Produkten unterstützen und für unsere Investoren attraktive Renditen bieten.</p>	<p>Wirtschaftliche Leistung GRI 201-1</p>
<p>Regionaler Ansprechpartner</p>	<p>In vielen Wirtschaftsbereichen gibt es Trends zu zentralisierten und automatisierten Lösungen. Regionale Ansprechpartner stellen im Gegensatz dazu eine persönliche Betreuung sicher.</p>	<p>Marktpräsenz GRI 202-2</p>

Kunden und Markt

Eine Versicherung muss Sicherheit geben: Unsere Kunden erwarten eine Absicherung gegen Risiken, die in Zukunft möglicherweise zu Schäden führen könnten. Wir unterstützen sie deshalb in der Schadenprävention – und natürlich im Schadenfall durch einfache, kundenfreundliche Kommunikation, kurze Kommunikationswege und rasche Abwicklung. Dabei sind wir stets gefordert, konsequent aus Kundensicht zu denken und zu handeln.

Managementansatz

Das Versicherungsgeschäft ist eine Dienstleistung. Wir trachten deshalb stets danach, den Dienst am und für den Kunden noch stärker in unserer Organisation und in unseren Prozessen zu verankern. Zudem ist es unser Anspruch, Kundenbedürfnisse und Markttrends rechtzeitig zu erkennen und gemeinsam mit unseren Kunden Produkte und Services zu entwickeln, die hohe Relevanz für sie haben. Unsere Kunden- und Marktstrategie zielt daher nicht zuletzt darauf ab, möglichst frühzeitig, genau und umfassend um die Bedürfnisse unserer Kunden zu wissen. Auf der Produktseite kommt der Transparenz laut IDD (Insurance Distribution Directive) eine wichtige Rolle zu. Produktinformationsblätter müssen kurz, prägnant und standardisiert sein und gleichzeitig die gesetzlichen Vorgaben erfüllen. Jedes einzelne Produkt ist dabei abzudecken. [GRI 417-1]

Um unsere strategische Produkt- und Serviceentwicklung noch gezielter auf unsere Kunden auszurichten, haben wir Anfang 2018 das neue Ressort Kunde & Markt gegründet. Seine Aufgabe ist es sicherzustellen, dass wir den eingeschlagenen Weg konsequent und zielorientiert verfolgen.

Maßnahmen und Ergebnisse 2018

Eine Fülle von Aktivitäten und Entwicklungen hat das Ressort Kunde & Markt im Jahr 2018 geprägt:

Kunden-Zentrierungs-Index

- Der neu geschaffene Kunden-Zentrierungs-Index (Customer Centricity Index) – er bildet die wesentlichen einschlägigen Ziele und KPIs von UNIQA ab – hilft uns bei der Entwicklung von Maßnahmen, mit denen wir das Thema Kundenorientierung noch nachhaltiger im Unternehmen verankern können.

- Als Referenz haben wir in einer Umfrage zu Jahresbeginn 2018 mehr als 4.000 Kunden und Nichtkunden zu den größten Schwachstellen, aber auch Stärken von UNIQA und dem Wettbewerb befragt. Fünf wesentliche Treiber für die Kundenzufriedenheit und Weiterempfehlungsbereitschaft wurden dabei identifiziert: „Schaden“, „Vertrieb“, „Brand“, „Service“ und „Produkt“. Von diesen fünf Treibern hat das positive Schadenerlebnis den größten Einfluss auf die Weiterempfehlungsbereitschaft.
- Pro Treiber wurden anschließend themenspezifische KPIs erhoben und Ziele für 2019 definiert sowie zusätzlich ein Maßnahmenkatalog erstellt, dessen Umsetzung mit Anfang 2019 gestartet wurde. Anhand der – entsprechend ihrer Gewichtung aggregierten – KPIs der einzelnen Treiber errechnen wir schließlich den Kunden-Zufriedenheits-Index.
- Seit seiner Einführung wird der Index einmal pro Monat errechnet, und mit den relevanten Stakeholdern werden die noch notwendigen Maßnahmen abgeleitet.

Produktentwicklung

- Vor jeder Produktneuentwicklung erheben wir über eine direkte Kundenbefragung den möglichen Mehrwert für unsere Kunden. Eingesetzt werden dazu quantitative Telefon- oder Onlineinterviews bzw. -fragebögen, qualitative persönliche Gespräche, User Tests und Eye-Tracking-Methoden.
- Für die Weiterentwicklung unserer Anwendungen folgen wir unserem kundenzentrierten Designprozess in drei Schritten:
 - Kundenbedürfnisse erkennen und verstehen
 - Ideen generieren und Lösungen als Prototyp erstellen
 - Testen mit aktuellen Nutzern
- Folgende Pilotprojekte haben wir hier gerade in der Pipeline:
 - Entwicklung eines schnellen und einfachen Tools für Kundenfeedback via Smartphone
 - Optimierung der Google-Suche unserer Standorte in den Bundesländern
 - Transformation von uniqa.at – neue Kommunikation und usergerechte Storys für unsere Kunden
 - Ausbau moderner Kommunikationskanäle wie Apps, Kundenportal oder Chatbot

Krankenversicherung

Mit Blick auf die Trends und Herausforderungen im Bereich der privaten Krankenversicherung positioniert sich die UNIQA Group im Sinn ihrer Vision „sicher, besser, länger leben“ breiter auf dem Gesundheitsmarkt. Unser langfristiges Ziel ist es dabei, der beste Gesundheitsdienstleister im österreichischen Markt zu bleiben. Mit einem Marktanteil von rund 46 Prozent sind wir hier in Österreich Marktführer.

Neben unserem hohen Qualitätsanspruch spielt Innovation in der Krankenversicherung eine zentrale Rolle. 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.

Maßnahmen und Ergebnisse 2018

Eine Fülle von Aktivitäten und Entwicklungen hat den Bereich Krankenversicherung im Jahr 2018 geprägt:

Medizinische Versorgung

- Schaffung eines UNIQA Ärzte-Partnernetzwerks für ausländische Studenten, die in Österreich studieren
- Aufbau des österreichweiten ambulanten Netzwerks LARA (Labore, Ärzte, Röntgen, Apotheken)
- Zusatzbaustein Akut-Versorgt für die UNIQA Sonderklassenversicherung

Prävention, Ernährung und Bewegung

- UNIQA Mobile HealthCheck zur Überprüfung von Gesundheitsstatus und Fitness
- Neue Gesundheits-Website www.meduniqa.at bietet vielfältigen Gesundheits-Content made by UNIQA

Start-up-Initiativen

- Zusätzliche Mitarbeiter-Benefits durch Test-Kooperation zwischen UNIQA HealthService und dem Netzwerk-Start-up myClubs

- Erprobung eines Geräts zur Langzeit-Rückenmessung gemeinsam mit Vivaback, einem aus dem (von UNIQA geförderten) Impact Hub hervorgegangenen Start-up

Lebensversicherung

In den vergangenen Jahren hat UNIQA Österreich sowohl die klassische Lebensversicherung als auch die fondsgebundene Lebensversicherung völlig neu positioniert, die Abschlusskosten drastisch gesenkt und die Produkte insgesamt deutlich flexibler gemacht. Während sich die klassische Lebensversicherung dabei an Menschen richtet, für die Sicherheit den höchsten Stellenwert hat, bietet die fondsgebundene Lebensversicherung Gelegenheit, an einer höheren Rendite zu partizipieren.

Maßnahmen und Ergebnisse 2018

Folgende Aktivitäten und Entwicklungen haben den Bereich Lebensversicherung im Jahr 2018 geprägt:

- Unsere Lebensversicherungsprodukte bieten hohe Beweglichkeit durch die Möglichkeit zu kostenlosen Entnahmen und Zuzahlungen während der Laufzeit sowie geringere Kosten durch laufende Zahlungen statt „kopflastiger“ Provisionen.
- Neue fondsgebundene Versicherung (Einführung in den Bankenvertrieb Raiffeisen):
 - Kundenorientierte Positionierung der Versicherungslösung zusammen mit dem Direktinvestment am Point of Sales
 - Hohe Variabilität durch zwei verschiedene Veranlagungsmodelle
 - Bedarfsgerechter Versicherungsschutz

Schaden- und Unfallversicherung

Die nachhaltig ausgerichtete und innovative Weiterentwicklung unserer Produkte, Dienstleistungen und Services steht für uns auch in der Sachversicherung an oberster Stelle. Neue soziale und ökologische Trends rechtzeitig zu identifizieren, ist dabei genauso wichtig, wie einen eventuellen negativen Impact auf Gesellschaft und Umwelt zu vermeiden. Ziel ist es, die Bedürfnisse unserer Kunden zu erkennen und ihnen möglichst umfassend mit passenden Produkten und Services zur Seite zu stehen.

Maßnahmen und Ergebnisse 2018

Eine Fülle von Aktivitäten und Entwicklungen hat den Bereich Schaden- und Unfallversicherung im Jahr 2018 geprägt:

Sicherheit im Straßenverkehr

- Kfz-Telematiktarif SafeLine und SafeLine App weiterhin sehr erfolgreich:
 - Unfallvermeidung bzw. rasche Hilfeleistung
 - Prämiensparnis um bis zu 50 Prozent bei Verzicht auf Mobiltelefon während des Autofahrens
 - Möglichkeit der Onlinekalkulation für SafeLine seit Juni 2018
 - 25 Prozent Nachlass auf Kfz-Haftpflichtprämie bei Kauf eines Elektroautos

Prävention bei Naturereignissen

- Zuverlässige Wetterinformationen und rechtzeitige Warnungen durch den internationalen Wetterdienst UBIMET

Innovative neue Produkte

- Neue Deckungen im Zuhause PLUS24service, z. B. Erstellung eines Energieausweises, fachmännische Schädlingsbekämpfung oder Schimmelentfernung
- UNIQA Cyber Privatdeckung bietet permanentes Online-monitoring des Internets sowie des Darknets, um Missbrauch der E-Mail- und Bankdaten vorzubeugen
- Zusätzlicher Baustein in der Betriebsversicherung bietet in Sachen Cybersicherheit z. B. die Übernahme der Kosten für raschen Einsatz eines IT- oder PR-Unternehmens, um den Schaden möglichst gering zu halten

Trends für die Zukunft

Auch weiterhin erwarten wir einen deutlichen Anstieg der Nachfrage nach Versicherungslösungen im Cyberbereich, da etwa eine Betriebsunterbrechung nach einem Hackerangriff schnell existenzbedrohend werden kann. Denn die Unterbrechung dauert nicht nur so lang, wie der Betrieb „physisch“ lahmgelegt ist, sondern bis zweifelsfrei feststeht, dass die Gefahr (etwa durch Malware) vollständig beseitigt wurde und nicht eventuell noch Dritte „infiziert“ werden können.

In vielen Wirtschaftsbereichen besteht ein starker Trend zu zentralisierten, automatisierten und geringerwertigen Lösungen. Regionale Ansprechpartner stellen im Gegensatz dazu persönliche Betreuung sicher. Denn Kunden zu

servicieren heißt für uns, sie dann zu unterstützen, wenn sie gerade Bedarf haben, oder sie dort abzuholen, wo sie sich gerade bewegen. Wir sind stets für unsere Kunden da: überall dort, wo sie uns suchen, und immer dann, wenn sie uns brauchen – in einem unserer rund 400 ServiceCenter vor Ort, beim Kundenberater, auf unserer Website oder unserem Kundenportal, mittels App, im telefonischen UNIQA Kundenservice, im medizinischen Competence Center oder in einem unserer Zentralen ServiceCenter.

Beschwerdemanagement

Beschwerden oder Anregungen unserer Kunden betrachten wir bei UNIQA immer als Chance. Denn gerade kritisches Feedback gibt uns die Möglichkeit, zu lernen und uns nachhaltig zu verbessern. Wir sehen das Thema Beschwerdemanagement jedoch – über die Erfüllung der gesetzlichen Richtlinien und unserer eigenen Standards hinaus – auch als wichtiges Kundenbindungsinstrument. Oberstes Ziel ist es dabei selbstverständlich immer, auftretende Fragen kompetent zu beantworten und rasch für eine zufriedenstellende Lösung zu sorgen.

Managementansatz

Um der EIOPA-Leitlinie zu entsprechen, hat die UNIQA Österreich Versicherungen AG am 1. August 2016 eine interne Ombudsstelle als objektive und vom operativen Alltagsgeschehen unabhängige Stelle gegründet. Diese wurde per 1. Jänner 2019 mit der Stabsstelle Touchpoint- und Anliegenmanagement des Vorstandsressorts Kunde & Markt zusammengeführt. Dort werden Anliegen und Beschwerden unserer Kunden organisatorisch gesteuert und/oder bearbeitet. Die Erledigung und Dokumentation von Beschwerden wird durchwegs elektronisch unterstützt. Dadurch ist eine datengesicherte und transparente Vorgangsweise im Umgang mit Beschwerden sichergestellt. Die Erfassung der Beschwerden erfolgt dabei in Kategorien, die nach den Vorgaben der Finanzmarktaufsicht festgelegt sind. UNIQA ist zur Einhaltung der gesetzlichen EIOPA-Vorgaben verpflichtet und berichtet darüber an die Finanzmarktaufsicht.

Maßnahmen und Ergebnisse 2018

Die Anzahl der Kundenbeschwerden zeigte sich 2018 im Vergleich zu den Vorjahren erneut rückläufig. Im Berichtsjahr 2018 haben sich bei UNIQA von 3,6 Millionen Kunden in Österreich lediglich 3.107 Kunden (2017: 3.138) beschwert. [\[GRI 418-1\]](#)

Energieeffizienz und Verringerung der Emissionen

Zur kontinuierlichen Reduktion ihres ökologischen Fußabdrucks setzt die UNIQA Group auf eine Steigerung der Energieeffizienz, die verstärkte Nutzung erneuerbarer Energie, eine Reduktion der CO₂-Emissionen, Ressourcenschonung und die Förderung klimafreundlicher Mobilität. Damit entsprechen wir nicht zuletzt dem Sustainable Development Goal 13 (Maßnahmen zum Klimaschutz), einem der Sustainable Development Goals (SDG) der Vereinten Nationen, denen wir uns generell verpflichtet fühlen.

Managementansatz

Das für die Umweltbelange von UNIQA verantwortliche Team ist direkt dem COO unterstellt und in einen nationalen und einen internationalen Bereich gesplittet. Diese arbeiten übergreifend daran, verschiedenste Themen und Maßnahmen für die Gruppe umzusetzen.

In Österreich wurden bereits zahlreiche Aktivitäten im Bereich Umwelt und Energie gestartet. So achten wir bei der Beschaffung aller Arten von Büromaterial, Firmenautos, aber auch von Strom und weiterer Energie auf eine sorgfältige Auswahl unserer Lieferanten. Energieanbieter, die auf erneuerbare Energie setzen, werden deshalb – selbstverständlich unter Einhaltung unserer Einkaufsrichtlinien – bevorzugt. [\[GRI 102-9\]](#)

Als Mitglied der Raiffeisen Nachhaltigkeits-Initiative (RNI) versuchen wir stets, nachhaltigkeitsrelevante Themen zu forcieren und entsprechende Bewusstseinsbildung sicherzustellen. Ziel ist es dabei, die vom Umweltbundesamt und der RNI erarbeitete Klimapolitik und Klimastrategie durch die Umsetzung von entsprechenden Maßnahmen voranzutreiben. Dabei spielen neben dem bei der Klimakonferenz in Paris festgelegten Zwei-Grad-Ziel auch Anforderungen des NaDiVeG sowie die Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen eine entscheidende Rolle. [\[GRI 102-12\]](#)

Maßnahmen und Ergebnisse 2018

Zahlreiche Aktivitäten und Entwicklungen haben diesen Bereich im Jahr 2018 geprägt:

Energiemonitoringsystem

- Um unsere Nachhaltigkeitsinitiativen und die dadurch erzielten Fortschritte transparent und auf vergleichbarer Basis darstellen zu können, haben wir 2017 die Einführung eines Energiemonitoringsystems in Österreich gestartet und Mitte 2018 abgeschlossen. Als Plattform für Energiemanagement, Betriebseffizienz und Nachhaltigkeit umfasst das System z. B. eine automatische Zählerauslesung und Zählerdatenübertragung sowie eine Überwachung der wichtigsten Leistungsindikatoren für Strom, Gas und Fernwärme.
- Bereits im ersten Jahr konnten durch das Energiemonitoringsystem zahlreiche Verbesserungen und Einsparungen realisiert werden:
 - Auswertung der Energiedaten von 96 Standorten (ServiceCenter, Landesdirektionen, UNIQA Tower) in allen neun Bundesländern und damit transparenter Zugriff auf über 600 Energiezähler
 - Einsparung von 30.000 kWh Strom durch Anpassung des Betriebs der Lüftungs- und Klimaanlage in der Landesdirektion Wien (Nußdorferstraße 66) und im regionalen ServiceCenter Wien (Brunnerstraße 81A)
 - Anpassung der Garagenbeleuchtung an Benützungzeiten statt Dauerbeleuchtung; das Monitoringsystem leistete dabei auch einen wertvollen Beitrag zur internen Bewusstseinsbildung
 - Verbesserung der Handhabung und Reduktion des Stromverbrauchs der Klimaanlage durch Lastprofilanalysen
 - Verbesserungsmaßnahmen im Wärmebereich dank Analyse des Verbrauchsverhaltens, z. B. Nachrüstung von Zeitschaltuhren und effizientere Absenkung oder Dämmung von Heizungsverteilern

Weitere Maßnahmen zur CO₂-Reduktion

- **Photovoltaikanlage Graz:** Im November 2018 konnte die neue Photovoltaikanlage in der Landesdirektion Graz in Betrieb genommen werden. Mit einer installierten Leistung von rund 20 kWp erzeugt sie jedes Jahr rund 20.000 kWh Ökostrom, wovon mehr als 90 Prozent in der Landesdirektion selbst verbraucht werden. Dadurch werden die Betriebskosten nachhaltig gesenkt.
- **Geothermie-Optimierung UNIQA Tower:** Durch Nachrüstung eines größeren Wärmetauschers sowie Änderungen im Niedertemperaturverteiler und im Wärmerückgewin-

nungskreislauf konnte das nutzbare Wärmepotenzial der Geothermie-Anlage ab Jänner 2018 erheblich gesteigert werden. Damit wurden der Fernwärmebedarf des UNIQA Towers nachhaltig gesenkt und die Umwelt entlastet. Hochgerechnet auf ein Jahr beträgt die Fernwärmeeinsparung rund 790.000 kWh. 160 Tonnen CO₂-Äquivalent können dadurch jedes Jahr vermieden werden.

- **Tausch von Ölheizungen:** An unserem Standort in Klagenfurt haben wir einen Heizölkessel gegen eine effiziente und ökologische Grundwasser-Wärmepumpe ausgetauscht, die einen deutlich höheren Wirkungsgrad erreicht als herkömmliche Luft-Wasser-Wärmepumpen. Mit der Anfang 2019 in Betrieb gegangenen Anlage können im Vergleich zu dem alten Heizölkessel pro Jahr etwa 17 Tonnen CO₂-Äquivalent eingespart werden.
- **100 Prozent Ökostrom:** Bei der 2018 durchgeführten Energieausschreibung wurden für alle UNIQA Standorte nur mehr Angebote mit 100 Prozent Ökostrom akzeptiert.
- **Mobilität:** Das ambitionierte Ziel des UNIQA Fuhrparkmanagements ist es, den CO₂-Ausstoß der gesamten Firmenflotte – sie umfasst derzeit 169 Fahrzeuge – um rund 3 Prozent pro Jahr zu senken. Während 2017 ein durchschnittlicher Wert von 109,0 Gramm CO₂ pro Kilometer erreicht wurde, lag dieser im Jahr 2018 bei 106,9 Gramm CO₂ pro Kilometer. Um den CO₂-Fußabdruck der Flotte noch stärker zu reduzieren, werden wir in den kommenden Jahren den CO₂-Ausstoß der Fahrzeuge mit fossilen Antrieben weiter senken. Angestrebt wird ein Gesamt-Impact für die Flotte von minus 6 Gramm pro Kilometer, der CO₂-Ausstoß würde sich damit auf 100,9 Gramm CO₂ pro Kilometer reduzieren. Dazu sollen die vorhandenen neun Dieselfahrzeuge durch E-Autos ersetzt werden. Zudem wollen wir die bestehenden zehn E-Autos, die im Schnitt sechs Jahre alt sind, gegen Fahrzeuge mit der neuesten E-Technologie tauschen. Investiert haben wir 2018 aber auch wieder in die Ladeinfrastruktur: Da die E-Tankstellen in der Tiefgarage des UNIQA Towers stets für firmeneigene E-Autos benötigt wurden, wurden im Berichtszeitraum sechs zusätzliche Elektrotankstellen errichtet, die nun auch Mitarbeitern, Gästen oder Privatparkern zur Verfügung stehen.
- **E-Bikes:** Für Mitarbeiter der Zentrale stehen fünf E-Bikes und fünf E-Scooter für Dienstwege in Wien zur Verfügung.

Bereits zum zweiten Mal stellen wir auf Basis der vorliegenden Umweltdaten für das Geschäftsjahr 2018 den Corporate Carbon Footprint (CCF) für die UNIQA Group dar. Dieser quantifiziert den Treibhausgas-Fußabdruck (THG-Fußabdruck) der Headquarter-Aktivitäten für die 14 im Berichtsumfang zum Thema Umwelt enthaltenen Länder 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 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 berücksichtigt. Damit bietet der CCF einen ersten Überblick über betrieblich verursachte Umweltbelastungen und hilft uns, unser Energie- und Ressourcenmanagement weiter zu verbessern. Die Datenqualität konnte im Vergleich zum Vorjahr deutlich verbessert werden. Rechnerisch ergibt sich dadurch 2018 ein geringerer Corporate Carbon Footprint.

[GRI 305-1, 305-2, 305-3]

Förderung nachhaltiger Veranlagung und Vermeidung kritischer Veranlagungen

Um die Ziele des Pariser Klimaabkommens zu erreichen – u. a. eine Reduktion der Treibhausgasemissionen um 40 Prozent bis zum Jahr 2030 –, sind zusätzliche Investitionen von rund 180 Milliarden Euro pro Jahr notwendig. Der Finanzsektor spielt dabei eine Schlüsselrolle, da er große Summen privaten Kapitals in Richtung nachhaltiger Investments mobilisieren könnte.

Managementansatz

Die Kapitalveranlagung ist ein ganz zentrales Element des Versicherungsgeschäfts. Und auch hier sieht sich die UNIQA Group als in allen ihren Märkten bedeutendes Unternehmen einem hohen Anspruch verpflichtet und setzt auf ein verantwortungsbewusstes Management ihrer Kapitalanlagen. Denn wir sind davon überzeugt, dass eine nachhaltige Kapitalveranlagung langfristig auch wirtschaftlich erfolgreich ist, mit den klassischen Investmentzielen Ertrag, Sicherheit und Liquidität positiv zusammenspielt und zudem entscheidend zur Risikovorbeugung beiträgt.

Deshalb berücksichtigen wir gesellschaftliche und ökologische Kriterien bei der Anlageentscheidung, entwickeln unsere Veranlagungsstrategie in diese Richtung konsequent 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, hat für uns mehr und mehr Priorität. Auch die Reputation bei Kunden, die Treue der Mitarbeiter und korruptionsfreie Strukturen sind ökonomische Erfolgsfaktoren für Unternehmen und Länder sowie deren Investoren. Nachhaltigkeitskriterien ersetzen dabei nicht die bewährten Instrumente des klassischen Portfolio Managements, sondern ergänzen diese auf nutzbringende Weise.

Maßnahmen und Ergebnisse 2018

Den bereits 2017 eingeschlagenen Weg zur Implementierung eines nachhaltigen Investmentprozesses haben wir im Jahr 2018 fortgesetzt. Nachdem im Jänner ein externer Berater für nachhaltige Veranlagung ausgewählt worden war, haben wir in einem nächsten Schritt die Finanzanlagen von UNIQA Österreich analysiert. Dazu wurden sie auf Basis international anerkannter ESG-Kriterien (Environment Social Governance – ESG) auf einer fünfteiligen Skala bewertet: „Qualified“, „Medium Profile“, „Low Profile“, „Excluded“ und „No Rating“. Das Ergebnis war – obwohl wir bisher keine explizit nachhaltigen Kriterien in unserem Investmentprozess berücksichtigt hatten – überdurchschnittlich positiv und ergab eine sehr hohe Gewichtung am oberen Ende der Skala.

Im 2. Halbjahr 2018 haben wir uns sodann intensiv mit den spezifischen Kriterien und nachhaltigen Veranlagungszielen auseinandergesetzt, die künftig die Grundlage für den nachhaltigen Investmentprozess der UNIQA Group bilden werden.

Ziel für 2019: ESG-konformer Investmentprozess

Nach Genehmigung des ESG-Konzepts (UNIQA Richtlinie zu Responsible Investments) im Dezember 2018 durch den Vorstand der UNIQA Group startet 2019 die konkrete Umsetzung des definierten ESG-Veranlagungsprozesses.

Auch im nachhaltigen Vermögensmanagement ändern sich Herausforderungen, Wissensstand, Sichtweisen und

Möglichkeiten laufend. Deshalb versteht sich unser investimentbezogener Nachhaltigkeitsprozess nicht als statisch, sondern spiegelt das jeweils aktuell bestmögliche Bemühen um soziale und ökologische Qualität der Kapitalanlagen und Veranlagungsprozesse von UNIQA wider. Laufende Aktualisierungen und Ergänzungen sind deshalb unerlässlich.

Auch von externer Seite wird diese Neuorientierung übrigens honoriert. Basierend auf dem UNIQA Regelwerk zum Thema Responsible Investment werden wir im 1. Quartal 2019 als erste österreichische Versicherung nach dem Responsible Investment Standard (RIS) der Österreichischen Gesellschaft für Umwelt und Technik (ÖGUT) mit dem Umwelt-Label in Bronze ausgezeichnet.

KPI Umwelt

Die dargestellten Zahlen beinhalten die Daten für die Headquarter der folgenden Länder: Österreich, Bosnien und Herzegowina, Bulgarien, Kroatien, Liechtenstein, Polen, Rumänien, Schweiz, Serbien, Slowakei, Tschechien

Energieverbrauch gesamt¹⁾ [GRI 302-1]

Angaben in kWh

Heizenergie	10.633.057
Strom	12.874.884
Mobilität	16.165.085
Energieverbrauch gesamt	39.673.025

Energieverbrauch Bürogebäude¹⁾ [GRI 302-1]

Gesamtfläche in m ²	89.097
Energieverbrauch in kWh/m ²	264

Mobilität – gefahrene Kilometer [GRI 302-1]

Gefahrene Kilometer (Diesel)	13.654.732
Gefahrene Kilometer (Benzin)	5.948.466
Gefahrene Kilometer (Elektro)	115.479
Gefahrene Kilometer gesamt	19.718.677

Papierverbrauch¹⁾ [GRI 301-1]

Angaben in kg

Mit Umweltzeichen	191.575
Ohne Umweltzeichen	72.149
Gesamt	263.724

Papierverbrauch pro Mitarbeiter¹⁾ [GRI 301-1]

Angaben in kg

Mit Umweltzeichen	35
Ohne Umweltzeichen	13
Gesamt	48

und Ungarn. Stichtag für die berichteten Werte ist der 31. Dezember 2018 (exkl. Schweiz, inkl. Albanien, Kosovo, Montenegro, Nordmazedonien, Ukraine). Hauptenergieverbräuche sind Strom und Wärme, Dampf und Kühlenergie kommen nicht zum Einsatz. Der Anteil der erneuerbaren Energie am Gesamtenergieverbrauch beträgt 39,2 Prozent (bei Strom sogar 65 Prozent).

UNIQA Corporate Carbon Footprint¹⁾ [GRI 305-1, 305-2, 305-3] UNIQA CO₂-Emissionen, Angaben in t CO₂eq

Direkte Emissionen (Scope 1)	Heizung	64
	Fahrzeuge	3.707
Indirekte Emissionen – Energie (Scope 2)	Elektrizität	2.184 ²⁾
	Fernwärme	1.655
Indirekte Emissionen – Sonstige (Scope 3)	Flugreisen	374 ³⁾
Gesamte CO₂-Emissionen (in t CO₂eq)		7.984

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

²⁾ Elektrizität: Diese Daten wurden anhand des Market-based Approach berechnet, mit Ausnahme von Albanien, Polen, Serbien und der Ukraine. Die Scope-2-Emissionen für Strom des Location-based Approach ergeben 4.360 t CO₂eq.

³⁾ Scope 3 Flugreisen: ausgenommen Liechtenstein und Ukraine

Falls Sie Interesse an den Vergleichszahlen 2017 haben, finden Sie diese unter folgendem Link:

<http://www.uniqagroup.com/gruppe/versicherung/investor-relations/publikationen/berichte/2017.de.html>

Zufriedene, gut ausgebildete Mitarbeiter

Aufgabe von Human Resources (HR) ist es, alle Teams innerhalb der UNIQA Group zu unterstützen, attraktive Angebote zur persönlichen und fachlichen Entwicklung zu liefern und so in einem konstruktiven und positiven Arbeitsumfeld die Grundlagen für den Erfolg des Unternehmens zu legen.

Managementansatz

In jedem unserer Märkte verfügen wir über eine eigene HR-Organisation, die in die jeweilige Landesorganisation vollständig eingegliedert ist. Da das arbeitsrechtliche Umfeld landesspezifisch große Unterschiede aufweist, bestehen im Personalmanagement der UNIQA Group entsprechend viele unterschiedliche Prozesse und Strukturen. Die strategische Steuerung der gruppenweiten HR-Agenden geht von Group HR im Wiener Headquarter aus. Group HR konzentriert sich dabei klar auf einige wenige Schwerpunktthemen wie Solvency-II-konforme Remunerationssysteme für Führungskräfte, Prozesse im Bereich Talent Management oder einheitliche Mitarbeitergespräche. Besonders auf diesen Gebieten sollen trotz unterschiedlicher rechtlicher Rahmenbedingungen die gleichen Standards und Prozesse in der ganzen UNIQA Group sichergestellt werden.

Offener Informationsfluss, Teamwork und ehrliche Feedbackkultur haben bei UNIQA einen hohen Stellenwert. Mit dem Intranet NIQI und anderen Plattformen kommunizieren wir über digitale Medien und legen auch höchsten Wert auf den persönlichen Dialog von Führungskräften und Mitarbeitern, z. B. in Mitarbeiterversammlungen, Teambesprechungen oder den jährlichen strukturierten Mitarbeitergesprächen, die gruppenweit einheitlich durchgeführt werden. Allein 2018 wurden insgesamt 6.050 Mitarbeitergespräche geführt.

Maßnahmen und Ergebnisse 2018

Eine Fülle von Aktivitäten und Entwicklungen hat den Bereich HR im Jahr 2018 geprägt:

Mitarbeiterzufriedenheit

- Im September 2017 hatten wir in Österreich erstmals eine neue Art der Mitarbeiterbefragung durchgeführt, die nun als neuer Standard innerhalb der UNIQA Group etab-

liert werden soll. Im Rahmen dieser Befragungen werden Mitarbeiter offen um ihre Meinungen und Einschätzungen gebeten, um dann mit konkreten Aktionen zur Verbesserung von Engagement, Zufriedenheit und Motivation beitragen zu können. Als Reaktion auf die Ergebnisse haben UNIQA Führungskräfte in Österreich 2018 mehr als 1.000 konkrete Verbesserungsmaßnahmen definiert, an deren Umsetzung nun laufend gearbeitet wird. Schwerpunktthemen dabei sind interne Kommunikation, Kooperation und Zusammenarbeit, Besprechungsqualität, unbürokratische Entscheidungen, Mitarbeitergespräche, Ausbildung, Training und individuelle Entwicklungsmaßnahmen, Karrierepfade sowie Wertschätzung und konstruktives Feedback.

- Zur Erfolgskontrolle für die Umsetzung dieser Maßnahmen haben wir im September 2018 in Österreich eine weitere kurze Überprüfung durchgeführt. Die Teilnehmerquote lag dabei mit 75,6 Prozent klar über dem Vorjahreswert (2017: 71,8 Prozent). Für 2019 steht nun wieder eine umfassende Mitarbeiterbefragung an.
- Breit angelegte Mitarbeiterbefragungen fanden 2018 auch in Polen, Tschechien, der Slowakei (inkl. Group Service Center), Rumänien sowie Bosnien und Herzegowina statt. Für 2019 ist eine weitere Erhebung in der Ukraine geplant.

Diversity Management, Chancengleichheit und Frauen sowie Führung [GRI 405-1]

- Die Vielfalt unserer Teams ist eine unserer Stärken und ein wichtiger Baustein für unseren Erfolg. Wir fördern deshalb nicht nur den Wissenstransfer und die Zusammenarbeit zwischen den Ländern, in denen wir tätig sind, sondern auch die internationale Mobilität unserer Mitarbeiter innerhalb der Gruppe.
- Im Sinn der Chancengleichheit existieren bei UNIQA flexible Arbeitszeiten wie etwa Gleitzeitmodelle, die insbesondere Mitarbeitern mit Familienverantwortung den Alltag erleichtern. Aus demselben Grund fördern wir die Möglichkeit zur Telearbeit und haben im Hinblick auf die neuen Arbeitswelten im Jahr 2018 auch mobiles Arbeiten eingeführt.
- Mit 53 Prozent arbeiten in der UNIQA Group knapp mehr Frauen als Männer (47 Prozent). Bei Vorstandsmitgliedern und Geschäftsführern liegt der Anteil von Frauen gruppenweit bei knapp über 24 Prozent.

- Wir engagieren uns auch gesellschaftspolitisch: Mit der Teilnahme am Wiener Töchtertag versuchen wir alljährlich, Mädchen für herausfordernde Berufe und Funktionen zu motivieren, so auch wieder am 26. April 2018.

UNIQA entwickelt gegenwärtig ein umfassendes Diversitätskonzept. Nach Ausarbeitung der Schwerpunkte im Jahr 2018 soll das Konzept nun im 1. Halbjahr 2019 verabschiedet werden.

Aus- und Weiterbildung [GRI 404-2, 205-2]

- Begleitendes Lernen gehört bei UNIQA zum gelebten Alltag. Dazu steht allen Mitarbeitern im Außen- und Innendienst E-Learning zur Verfügung, seit 2018 auch via Smartphone. Mehr als 4.000 Mitarbeiter haben diese Lernform seit ihrer Einführung vor 17 Jahren genutzt.
- Seit 2018 wird die gesamte Ausbildung mit ihrem breit gestreuten Themenprogramm über die neue UNIQA Lernplattform abgewickelt, vom breit gefächerten Bildungskatalog und einer Übersicht der absolvierten Schulungen bis hin zu Buchungsmöglichkeiten.
- Auch die Umsetzung der Versicherungsvertriebsrichtlinie IDD (Insurance Distribution Directive) wird auf der neuen Ausbildungsplattform abgebildet: Indem bei jedem Kurs angezeigt wird, wie viele IDD-relevante Stunden er beinhaltet, haben sowohl Mitarbeiter als auch Führungskräfte jederzeit volle Transparenz darüber, ob die erforderlichen 15 Stunden IDD-relevanter Weiterbildung bereits abgeschlossen wurden. Im Sinn einer Gruppenlösung soll diese moderne Lernplattform nun in allen großen Ländern von UNIQA International implementiert werden.

Leadership und Führung

- Mit einem flexiblen Programm geht UNIQA seit 2016 auch in der Führungskräfteausbildung neue Wege. Es basiert auf Freiwilligkeit, Selbstverantwortung und Flexibilität und bietet frei wähl- und kombinierbare Module.
- Unter dem Motto „Gute Führung macht den Unterschied“ steht das Führungskräfteprogramm SHAPE, das primär Leadership- und strategische Fähigkeiten stärken soll. Zielgruppe sind Top-Führungskräfte in Österreich sowie alle Board Members der Tochtergesellschaften von UNIQA International. Zwischen Jänner 2017 und Dezember 2018 wurden 18 solche Trainings mit insgesamt 126 Teilnehmern veranstaltet, davon neun auf Deutsch

und neun auf Englisch. Module wie Konfliktmanagement und Business Coaching wurden dabei besonders gut angenommen.

- Das Talente-Programm NEXT International soll die Kompetenzen unserer internationalen Top-Talente in den Bereichen Mitarbeiterführung und Management stärken und ist in seinen Modulen ebenfalls frei gestaltbar. In NEXT International wurden von Jänner 2017 bis Dezember 2018 ebenfalls 18 Trainings angeboten und von insgesamt 107 Teilnehmern überaus gut besucht.
- 2017 haben wir das Programm NEXT AT für alle österreichischen Führungskräfte gestartet, das – wie die übrigen Programme modular aufgebaut – ebenfalls erfreulich stark genutzt wird: Im Zeitraum September 2017 bis Dezember 2018 fanden 33 Trainings mit insgesamt 513 Teilnehmern statt, die durchschnittliche Anzahl der Buchungen pro Führungskraft liegt bei 2,9 Trainings. Von dieser Zielgruppe wurde das Modul „Motivation“ am häufigsten gewählt.
- Als Pilotprojekt haben wir im Frühjahr 2018 den Workshop „Gesundes Führen“ veranstaltet und möchten diesen nun 2019 einer erweiterten Gruppe von Führungskräften anbieten.

Talent Management [GRI 404-3]

- Im Sinn einer strategischen Personalpolitik kennen wir unsere zukünftigen Schlüsselkräfte und signalisieren ihnen unsere hohe Wertschätzung, indem wir ihre Entwicklung fördern.
- 2018 haben wir etwa bei UNIQA International Management Reviews für die Führungsebene durchgeführt, um Potentials zu identifizieren und maßgeschneiderte individuelle Entwicklungspläne zu definieren. Durch die zentrale Steuerung und einheitliche Gestaltung dieses Prozesses schaffen wir dabei ein gemeinsames Verständnis der erwünschten Leadership Skills.
- Zudem fanden 2018 drei Development Center für UNIQA Österreich mit 14 Teilnehmern sowie zwei Development Center für UNIQA International mit 40 Teilnehmern statt. Ziel dieser Initiativen ist die Potenzialermittlung anhand bestimmter unternehmens- und bereichsspezifischer Kriterien und die Festlegung konkreter Entwicklungsmaßnahmen, um die Teilnehmer optimal auf die aktuellen bzw. künftigen Anforderungen der UNIQA Group vorzubereiten.

- Talente setzen wir in gruppenweiten Projekten ein und unterstützen sie so „on the job“ in ihrer Entwicklung. Gleichzeitig besetzen wir auf diese Weise erfolgskritische Projekte mit vielversprechenden Mitarbeitern und fördern die Vernetzung über Ländergrenzen hinweg.

Arbeitsicherheit und Gesundheit [GRI 403-2]

- Im Sinn unserer Mission, Menschen darin zu unterstützen, sicher, besser und länger zu leben, bieten wir – teils auch in Kooperation mit dem Betriebsrat – diverse Programme und Aktionen an, um die Gesundheit und das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter zu stärken.
- Dazu zählt die Beratung und Betreuung durch Arbeitsmediziner und Sicherheitsfachkräfte ebenso wie die Sicherstellung qualitativ hochwertiger Arbeitsplätze für alle Mitarbeiter oder die Bereitstellung zusätzlicher Hilfsmittel wie z. B. Telefon-Headsets, Beleghalter, Fußstützen etc.
- Unseren Mitarbeitern in Wien steht zudem die psychologische Telefon-Beratung KEEP Balance zur Verfügung. Im Rahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung erhalten Mitarbeiter durch UNIQA Vitalcoaches hier auch kostenlos Impulseinheiten wie Pilates, Kickboxen und Selbstverteidigung Krav Maga. An drei Wochentagen werden weiters Massagen angeboten und vom Betriebsrat mit einem Kostenzuschuss gefördert.

Vereinbarkeit von Familie und Beruf

- Wie bereits erwähnt, erleichtern wir mit flexiblen Arbeitszeiten, Gleitzeitmodellen und der Möglichkeit von Telearbeit vor allem Mitarbeitern mit Familienverantwortung ihren Alltag.
- Um mit unseren Kollegen auch während einer beruflichen Auszeit Kontakt zu halten, organisieren wir Karenztreffen, bei denen arbeitsrechtliche und unternehmensrelevante Informationen sowie die Möglichkeit zum Networking geboten werden.
- An den UNIQA Kindertagen werden Kinder durch Pädagogikexperten mit viel Kreativität, Spaß und Action betreut.
- Mit dem UNIQA Circuscamp in Drosendorf im Waldviertel bieten wir jährlich zwei Ferienwochen für Kinder von Mitarbeitern zu deutlich reduzierten Preisen an. 2018 haben rund 60 Mädchen und Buben dieses Angebot genutzt.

Arbeitnehmerbelange/Mitarbeiter

KPI Arbeitnehmer ¹⁾	International ²⁾	UNIQA Holding ³⁾	UNIQA Österreich ⁴⁾	Österreich gesamt	UNIQA gesamt
Mitarbeiter gesamt [GRI 102-8]	6.827	671	4.370	5.041	11.868
Mitarbeiter nach Geschlecht [GRI 405-1]					
Frauen	4.275	259	1.702	1.961	6.236
Männer	2.552	412	2.668	3.080	5.632
Mitarbeiter Innendienst/Außendienst [GRI 405-1]					
Innendienst	4.388	667	2.453	3.120	7.508
Außendienst	2.439	4	1.917	1.921	4.360
Mitarbeiter Innendienst/Außendienst nach Geschlecht [GRI 405-1]					
Weibliche Mitarbeiter im Innendienst (Vertragsabwicklung)	2.770	259	1.366	1.625	4.395
Weibliche Mitarbeiter im Außendienst	1.505	0	336	336	1.841
Männliche Mitarbeiter im Innendienst (Vertragsabwicklung)	1.618	408	1.087	1.495	3.113
Männliche Mitarbeiter im Außendienst	934	4	1.581	1.585	2.519
Mitarbeiter nach Alter [GRI 405-1]					
Mitarbeiter <30 Jahre	1.057	78	655	733	1.790
Mitarbeiter 30–50 Jahre	4.495	353	2.089	2.442	6.937
Mitarbeiter >50 Jahre	1.275	240	1.626	1.866	3.141
Anteil Mitarbeiter <30 Jahre	15,48 %	11,62 %	14,99 %	14,54 %	15,08 %
Anteil Mitarbeiter 30–50 Jahre	65,84 %	52,61 %	47,80 %	48,44 %	58,45 %
Anteil Mitarbeiter >50 Jahre	18,68 %	35,77 %	37,2 %	37,02 %	26,47 %
Mitarbeiter nach Arbeitsverhältnis [GRI 102-8]					
Weibliche Mitarbeiter mit unbefristetem Arbeitsverhältnis	3.827	247	1.670	1.917	5.744
Männliche Mitarbeiter mit unbefristetem Arbeitsverhältnis	2.243	397	2.630	3.027	5.270
Gesamtzahl der Mitarbeiter mit unbefristetem Arbeitsverhältnis	6.070	644	4.300	4.944	11.014
Weibliche Mitarbeiter mit befristetem Arbeitsverhältnis	449	12	32	44	493
Männliche Mitarbeiter mit befristetem Arbeitsverhältnis	308	15	38	53	361
Gesamtzahl der Mitarbeiter mit befristetem Arbeitsverhältnis	757	27	70	97	854

Arbeitnehmerbelange/Mitarbeiter

KPI Arbeitnehmer ¹⁾	International ²⁾	UNIQA Holding ³⁾	UNIQA Österreich ⁴⁾	Österreich gesamt	UNIQA gesamt
--------------------------------	-----------------------------	-----------------------------	--------------------------------	-------------------	--------------

Mitarbeiter nach Voll-/Teilzeitanstellung [GRI 102-8]

Weibliche Mitarbeiter mit Vollzeitanstellung	4.084	182	1.090	1.272	5.356
Männliche Mitarbeiter mit Vollzeitanstellung	2.472	389	2.588	2.977	5.449
Gesamtzahl der Mitarbeiter mit Vollzeitanstellung	6.556	571	3.678	4.249	10.805
Weibliche Mitarbeiter mit Teilzeitanstellung	193	77	612	689	882
Männliche Mitarbeiter mit Teilzeitanstellung	78	23	80	103	181
Gesamtzahl der Mitarbeiter mit Teilzeitanstellung	271	100	692	792	1.063

Managementpositionen nach Alter und Geschlecht [GRI 405-1]

Weibliche Mitglieder des Management Boards <30 Jahre	0	0	0	0	0
Männliche Mitglieder des Management Boards <30 Jahre	0	0	0	0	0
Weibliche Mitglieder des Management Boards 30–50 Jahre	9	0	1	1	10
Männliche Mitglieder des Management Boards 30–50 Jahre	20	3	1	4	24
Weibliche Mitglieder des Management Boards >50 Jahre	3	0	0	0	3
Männliche Mitglieder des Management Boards >50 Jahre	11	3	3	6	17
Anteil weibliche Mitglieder des Management Boards <30 Jahre	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
Anteil männliche Mitglieder des Management Boards <30 Jahre	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
Anteil weibliche Mitglieder des Management Boards 30–50 Jahre	20,9 %	0,0 %	20,0 %	9,1 %	18,5 %
Anteil männliche Mitglieder des Management Boards 30–50 Jahre	46,5 %	50,0 %	20,0 %	36,4 %	44,4 %
Anteil weibliche Mitglieder des Management Boards >50 Jahre	7,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	5,6 %
Anteil männliche Mitglieder des Management Boards >50 Jahre	25,6 %	50,0 %	60,0 %	54,5 %	31,5 %

Arbeitnehmerbelange/Mitarbeiter

KPI Arbeitnehmer ¹⁾	International ²⁾	UNIQA Holding ³⁾	UNIQA Österreich ⁴⁾	Österreich gesamt	UNIQA gesamt
Managementpositionen (ohne Management-Board) nach Alter und Geschlecht [GRI 405-1]					
Weibliche Mitglieder des Managements <30 Jahre	13	0	1	1	14
Männliche Mitglieder des Managements <30 Jahre	3	1	3	4	7
Weibliche Mitglieder des Managements 30–50 Jahre	242	11	32	43	285
Männliche Mitglieder des Managements 30–50 Jahre	258	45	137	182	440
Weibliche Mitglieder des Managements >50 Jahre	64	5	23	28	92
Männliche Mitglieder des Managements >50 Jahre	65	27	104	131	196
Anteil weibliche Mitglieder des Managements <30 Jahre	2,0 %	0,0 %	0,3 %	0,3 %	1,4 %
Anteil männliche Mitglieder des Managements <30 Jahre	0,5 %	1,1 %	1,0 %	1,0 %	0,7 %
Anteil weibliche Mitglieder des Managements 30–50 Jahre	37,5 %	12,4 %	10,7 %	11,1 %	27,6 %
Anteil männliche Mitglieder des Managements 30–50 Jahre	40,0 %	50,6 %	45,7 %	46,8 %	42,6 %
Anteil weibliche Mitglieder des Managements >50 Jahre	9,9 %	5,6 %	7,7 %	7,2 %	8,9 %
Anteil männliche Mitglieder des Managements >50 Jahre	10,1 %	30,3 %	34,7 %	33,7 %	19,0 %

¹⁾ Die dargestellten Mitarbeiterkennzahlen (Headcounts) beinhalten die Daten von folgenden Ländern: Österreich, Albanien, Bosnien und Herzegowina, Bulgarien, Kosovo, Kroatien, Montenegro, Nordmazedonien, Polen, Rumänien, Russland, Serbien, Slowakei, Tschechien, Ukraine, Ungarn; nicht enthalten sind: Liechtenstein, Schweiz. Der Stichtag für die berichteten Werte ist der 31. Dezember 2018.

²⁾ Albanien, Bosnien und Herzegowina, Bulgarien, Kosovo, Kroatien, Montenegro, Nordmazedonien, Polen, Rumänien, Russland, Serbien, Slowakei, Tschechien, Ukraine, Ungarn; nicht enthalten sind: Liechtenstein, Schweiz

³⁾ UNIQA Insurance Group AG

⁴⁾ UNIQA Österreich Versicherungen AG, Versicherungsmarkt-Servicegesellschaft m.b.H., Agentia Risiko- und Finanzierungsberatung Ges.m.b.H., Real Versicherungsvermittlung GmbH, UNIQA Real Estate Management GmbH, UNIQA Capital Markets GmbH, UNIQA IT Services GmbH, UNIQA HealthService GmbH

Arbeitnehmerbelange/Mitarbeiter

Mitarbeiteraustritte ⁵⁾ [GRI 401-1]	UNIQA gesamt
Frauen <30 Jahre	315
Frauen 30–50 Jahre	565
Frauen >50 Jahre	140
Männer <30 Jahre	222
Männer 30–50 Jahre	402
Männer >50 Jahre	151
Anteil Austritte Frauen	8,59 %
Anteil Austritte Männer	6,53 %
Anteil Austritte gesamt	15,12 %

⁵⁾ Mitarbeiter, die das Unternehmen verlassen (Headcounts; vom 1. Jänner bis 31. Dezember; alle Mitarbeiter, die austraten OHNE Antritt von: Mutterschutz, Karenz, Militär- und Zivildienst, Sabbatical, Bildungskarenz; ohne Leasing)

Mitarbeitereintritte ⁶⁾ [GRI 401-1]	UNIQA gesamt
Frauen <30 Jahre	505
Frauen 30–50 Jahre	595
Frauen >50 Jahre	49
Männer <30 Jahre	359
Männer 30–50 Jahre	356
Männer >50 Jahre	66
Anteil Eintritte Frauen	9,68 %
Anteil Eintritte Männer	6,58 %
Anteil Eintritte gesamt	16,26 %

⁶⁾ Mitarbeiter, die in das Unternehmen eintreten (Headcounts; vom 1. Jänner bis 31. Dezember; alle Mitarbeiter, die eintraten OHNE Antritt von: Mutterschutz, Karenz, Militär- und Zivildienst, Sabbatical, Bildungskarenz; ohne Leasing)

Durchschnittliche Krankenstandstage [GRI 403-2] Tage/Mitarbeiter

UNIQA gesamt

Innendienst	8,55
Außendienst	5,25
Gesamt	8,53

Falls Sie Interesse an den Vergleichszahlen 2017 haben, finden Sie diese unter folgendem Link:

<http://www.uniqagroup.com/gruppe/versicherung/investor-relations/publikationen/berichte/2017.de.html>

Regeltreue als oberstes Prinzip

Im Sinn unserer Unternehmenskultur, deren zentrale Säule in einem korrekten und wertschätzenden Umgang mit Menschen besteht, ist uns auch eine vorbildliche Haltung in Bezug auf die Menschenrechte ein wichtiges Anliegen. Besonders im Mitarbeiterbereich ist die Achtung der Menschenwürde ein grundlegender Orientierungsmaßstab für uns. Wir bekennen uns dazu, niemanden aufgrund von ethnischer Herkunft, Hautfarbe, Religion, Geschlecht, sexueller Orientierung oder sonstigen Merkmalen zu benachteiligen. Neben unserem Code of Conduct betrachten und respektieren wir hier die Prinzipien der Charta der Vereinten Nationen sowie der Europäischen Konvention zum Schutz der Menschenrechte und Grundfreiheiten im gesamten Konzern als fundamentale Leitlinien. [\[GRI 102-16\]](#)

Compliance

Die Einhaltung aller relevanten gesetzlichen Regelungen, unternehmensinternen Richtlinien und ethischen Grundsätze ist für ein verantwortungsvoll agierendes Unternehmen unverzichtbar. Zudem basiert gerade das Versicherungsgeschäft auf Vertrauen. Rechtmäßiges Handeln hat somit nicht nur entscheidenden Einfluss auf den Ruf der gesamten UNIQA Group, sondern ist eine Grundvoraussetzung für unseren dauerhaften Erfolg.

Managementansatz

Die Unternehmen der UNIQA Group streben nicht nur nach erstklassiger Qualität in Sachen Produkte und Services, sondern auch nach höchsten Standards im Verhalten ihrer Mitarbeiter, innerhalb ebenso wie außerhalb des Unternehmens. Einen klaren Rahmen dafür gibt der Code of Conduct, der unsere Unternehmenskultur widerspiegelt und Regelungen über die wichtigsten Compliance-Themen beinhaltet. Seine Grundsätze und Regeln gelten für sämtliche Bereiche unserer täglichen Arbeit und sind für den Vorstand, den Aufsichtsrat und alle Mitarbeiter von UNIQA verbindlich. Für spezielle Compliance-Themen – z. B. Geldwäscheprävention, die Umsetzung des Foreign Account Tax Compliance Act (FATCA) in Österreich, Common Reporting Standards oder Solvency II – bestehen besondere Vorschriften in Form von spezifischen Policies, Standards und Manuals sowie konkreten Anweisungen zu ausgewählten Einzelthemen. Die Verantwortung für die Erstellung solcher internen Vorschriften sowie für die Umsetzung des

Compliance-Programms 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

Maßnahmen und Ergebnisse 2018

Um die Einhaltung der bestehenden Compliance-Regeln möglichst flächendeckend im gesamten Konzern sicherzustellen, hat UNIQA im Berichtszeitraum folgende Tools weiterentwickelt und umgesetzt:

- **Policy-Management-System:** Im Interesse des rechtskonformen und ethischen Handelns aller Mitarbeiter erstellt UNIQA interne Regelungen, die insbesondere das Thema Compliance, das Risikomanagement, die interne Kontrolle, die Interne Revision, den Bereich Outsourcing sowie die Strategien von UNIQA betreffen. In der Group Governance Policy haben wir dafür die Struktur und den Prozess definiert sowie ein gruppenweites Policy-Management-System für diese internen Regelungen aufgesetzt.
- **Whistleblowing-System:** Unser 2018 neu etabliertes Whistleblowing-System bietet Mitarbeitern, Kunden, Geschäftspartnern und anderen Stakeholdern die Möglichkeit, allfällige schwerwiegende Compliance-Verstöße zu melden und damit zu deren Aufdeckung beizutragen. Selbstverständlich besteht die Möglichkeit einer anonymen Meldung.
- **Zuwendungsdatenbank:** In der Zuwendungsdatenbank können Spenden, Sponsoring-Maßnahmen, Geschenke und Einladungen an Compliance gemeldet werden. Mit diesem Tool kommen wir dem Anspruch nach, alle Zuwendungen transparent zu machen.
- **Verfahrensdatenbank:** Ziel der 2018 bei UNIQA Österreich implementierten Verfahrensdatenbank ist die Erfassung und Transparenz aller wesentlichen Verfahren, die UNIQA betreffen.
- **Laufende Schulungen:** Auch auf effektive Compliance-Schulungen für Mitarbeiter, Führungskräfte und Aufsichtsräte legen wir großen Wert. Zusätzlich zu Präsenzs Schulungen hat Compliance 2018 etwa verpflichtende E-Learning-Einheiten zu den Themen „Geldwäscheprävention“ und „Code of Conduct“ ausgerollt, die für alle Mitarbeiter von UNIQA Österreich verpflichtend sind.

Alle Mitarbeiter im Innen- und Außendienst sowie weitere Mitarbeiter der UNIQA IT Services GmbH und von Generalagenturen – in Summe 7.333 Personen – haben mittlerweile am Modul „Geldwäscheprävention“ teilgenommen, während das Modul „Compliance“ noch läuft. Im Jahr 2018 betrug die Anzahl der Schulungstunden zu den Themen „Strategie“ und „Maßnahmen zur Korruptionsbekämpfung“ 2,39 Stunden pro Mitarbeiter. Im 1. Quartal 2019 folgte der Baustein „Emittenten-Compliance“. [GRI 205-2, 205-3, 406-1]

Umgang mit Daten und neuen Technologien

Als Versicherung verarbeitet UNIQA große Mengen an sensiblen Daten, für die besonders hohe Schutzanforderungen gelten. Wir haben jedoch schon frühzeitig die Grundlagen geschaffen, um Datenschutzrisiken in strukturierten Prozessen und mit klaren Prioritäten entgegenwirken zu können, und entwickeln uns in diesem Bereich auch stetig gezielt weiter.

Managementansatz

Nach Umsetzung der EU-Datenschutz-Grundverordnung im Jahr 2018 muss UNIQA bei der Datenerhebung umfangreiche Informationspflichten erfüllen. Neben einer Reihe datenschutzrechtlicher Auflagen müssen wir zudem in der Lage sein, Kunden jederzeit Auskunft darüber zu geben, in welchen Systemen ihre Daten gespeichert und wie sie verwendet werden.

Aus Risikomanagementperspektive bestehen im Umgang mit neuen Technologien drei Datenschutz-Risikokategorien für UNIQA: Compliance-, Reputations- und Datenschutzrisiken. Durch die Implementierung eines Datenschutzmanagementsystems (DSMS) können wir bei der Auseinandersetzung mit diesen Risiken strukturiert vorgehen und gezielt Prioritäten setzen.

Um einen datenschutzgerechten und nachhaltigen Einsatz neuer Technologien sicherzustellen, führen wir bei der Einführung neuer Datenverarbeitungsprozesse eine Datenschutz-Folgenabschätzung nach Risikomanagementkriterien durch. Dabei werden sowohl technische als auch rechtliche und prozessbezogene Faktoren bewertet. Anhand dieser Analyse entscheiden wir, ob und wie wir eine neue Verarbeitungstätigkeit aufnehmen. [GRI 102-15]

Maßnahmen und Ergebnisse 2018

Folgende Aktivitäten und Entwicklungen haben den Bereich Datenverarbeitung im Jahr 2018 geprägt:

- Umfassende Investitionen in die IT-Systeme von UNIQA dienten 2018 der Umsetzung von neuen Datenschutzanforderungen.
- Bei der Neuimplementierung des umfassenden IT-Systems „UNIQA Insurance Platform“ (UIP) haben wir Datenschutz schon frühzeitig in den Anforderungsprozess einbezogen, um den Handlungsgrundsatz „Privacy by Design“ sicherzustellen.
- In allen bedeutenden Fachbereichen wurden neue Datenschutzprozesse implementiert und Datenschutzkoordinatoren benannt.
- Zur Vertiefung des Datenschutz-Know-hows haben wir ein verpflichtendes E-Learning-Modul, eine interne Awareness-Kampagne und einen Leitfaden für Mitarbeiter zur Erteilung von Auskünften erarbeitet und realisiert.
- Für die Behandlung von Datenschutzvorfällen erfolgte die Einführung eines strukturierten Prozesses.
- Fristgerecht konnten seit 25. Mai 2018 mehr als 1.000 Auskunftsbefehle mithilfe von Robotics Process Automation (RPA) beantwortet werden.
- Mit dem Kundenportal myUNIQA haben wir für Kunden die Möglichkeit geschaffen, für die Leistungsabrechnung relevante Dokumente bequem und über einen sicheren Kommunikationsweg an UNIQA zu übertragen.

Prioritäten und Herausforderungen für 2019

Im Geschäftsjahr 2019 stehen für uns folgende Weiterentwicklungen im Fokus:

- Durch Einführung eines Code of Conduct im Verband der Versicherungsunternehmen Österreichs (VVO) soll die Abstimmung innerhalb der Versicherungsbranche weiter verbessert werden.
- Auf Basis des Konzepts „Sichere Kommunikation 2.0“ planen wir zudem eine Weiterentwicklung der Kommunikationswege mit Kunden und Partnern.
- Die Aufbewahrungsfristen wiederum sollen mithilfe des „Löschkonzepts 2.0“ differenzierter gestaltet werden.
- Schließlich soll die Erteilung von Auskünften über Betroffenenrechte durch Weiterentwicklung von Robotics Process Automation (RPA) weiterentwickelt und optimiert werden.

Engagement für Gesundheit und Bildung

Nach unserer Überzeugung ist jedes erfolgreiche Unternehmen verpflichtet, der Gesellschaft einen Teil seines Erfolgs zurückzugeben. Als größter Gesundheitsversicherer Österreichs liegt unser gesellschaftliches Engagement dabei besonders in den Bereichen Gesundheit und Bildung und konzentriert sich hier vor allem auf die Förderung junger und benachteiligter Menschen. Damit tragen wir gleichzeitig zur Umsetzung von zwei der Sustainable Development Goals (SDG) der Vereinten Nationen bei, denen wir uns verpflichtet fühlen (SDG 3: Gesundheit und Wohlergehen, SDG 4: Hochwertige Bildung).

Managementansatz

Den Fokus legen wir in unseren gesellschaftlichen Initiativen auf die Förderung von Bewegung, gesunder Ernährung, mentaler Stärke, Medienkompetenz und Integration. Doch auch abseits der Förderung von Kindern und Jugendlichen setzt UNIQA vielfältige Akzente durch die Unterstützung von Initiativen im allgemeinen Interesse. Kunst- und Sportförderung bilden hier in allen Märkten wichtige Schwerpunkte. Unser Engagement reicht von langfristigen Sponsoring-Maßnahmen bis hin zur Unterstützung von Einzelprojekten, mit denen wir uns aufgrund unserer Unternehmenswerte identifizieren können.

Maßnahmen und Ergebnisse 2018

- Rund 1 Million Euro hat die UNIQA Privatstiftung 2018 für soziale Projekte zur Verfügung gestellt, die – direkt oder indirekt – sowohl der Gesundheit der Versicherungsnehmer von UNIQA Österreich als auch der Allgemeinheit zugutekommen. Exemplarisch greifen wir im Folgenden drei konkrete Projekte heraus, die durchwegs einen thematischen Bezug zu unserem Kerngeschäft aufweisen.
 - Um das Angebot an Defibrillatoren in Österreich möglichst flächendeckend und dicht zu gestalten, hat die UNIQA Privatstiftung im vergangenen Jahr 500.000 Euro zur Verfügung gestellt. In Kooperation mit dem Roten Kreuz als Hauptträger der Landesnotrufzentralen konnten dadurch weitere 49 Defibrillatoren – großteils an UNIQA Standorten (Zentrale, Landesdirektion oder Regionale ServiceCenter) installiert und deren Betrieb für fünf Jahre finanziert werden.

- UNIKATE ist eine Kooperation zwischen dem österreichischen Behindertenrat, der TU Wien und UNIQA, in deren Rahmen Schüler und Studenten Projekte einreichen können, deren Umsetzung das Leben von Menschen mit körperlicher Beeinträchtigung erleichtert.
- INiTS wurde von der Universität Wien, der TU Wien und der Wirtschaftsagentur Wien gegründet, um als Business Incubator Start-ups zu fördern, die sich mit dem Thema Gesundheit befassen. Mit dem „Health Hub Vienna“, dem neuen Business-Incubator-Projekt von INiTS, wurde zuletzt eine Plattform zur Vernetzung von Unternehmen gestartet, die eine weitere Verbesserung des Gesundheitssystems zum Ziel hat. Die UNIQA Privatstiftung strebt eine längerfristige Kooperation mit INiTS an.
- Die von UNIQA Österreich geförderten Lernhäuser wenden sich an sozial schwache Kinder und Jugendliche aus bildungsfernem Umfeld. Rekrutiert werden die jungen Menschen, insbesondere auch Jugendliche mit Förderbedarf in Deutsch, aus Regelschulen. Sie werden in den Lernhäusern jeweils von zwei Pädagogen des Roten Kreuzes sowie Freiwilligen beim Lernen betreut. Zentrales Ziel der Initiative ist es, den Schülern selbstständiges und eigeninitiatives Lernen näherzubringen und ihnen dadurch den Zugang zu Bildung zu erleichtern. Das für Schüler unentgeltliche Angebot besteht bereits in sieben Lernhäusern (Wien 15, Neunkirchen am Steinfeld (NÖ), Herzogenburg (NÖ), Gänserndorf (NÖ), Tulln (NÖ), Kufstein (T), Wörgl (T)).
- Der von unserem Unternehmen seit 2017/2018 geförderte, österreichweit ausgetragene UNIQA ÖFB Cup hat dank der Amateurvereine speziell in den ersten Runden einen sehr starken regionalen Bezug. Zudem hat sich der Cup durch die zentrale Vermarktung und die damit verbundene TV-Präsenz der Live-Spiele sehr positiv entwickelt. Damit gewinnt unser Anliegen, als Krankenversicherer das Thema Bewegung und Sport in der Öffentlichkeit zu vertreten, verstärkt an Stoßkraft. 25 Kindern von UNIQA Mitarbeitern konnten wir im Zusammenhang damit 2018 ein ganz besonderes Erlebnis bieten: Sie durften im Rahmen des UNIQA ÖFB Cup-Finales mit den Spielern und dem Schiedsrichterteam im ausverkauften Wörthersee-Stadion vor knapp 30.000 Zuschauern einlaufen und danach das Match aus der ersten Reihe live erleben.

Soziales – Gesellschaftliche Verantwortung

- Neben diesem nationalen Bewerb fördern wir eine Reihe weiterer Sportveranstaltungen. Wichtige Beispiele dafür sind das Sponsoring zahlreicher österreichischer Schülerligen und des First Vienna Football Club sowie unsere umfassende Unterstützung für Handball und den Skisport.

GRI Content Index

Code	Kurzbezeichnung zur jeweiligen Angabe	Anmerkungen und Auslassungen	Seite im NFI-Bericht
GRI 102: ALLGEMEINE ANGABEN 2016			
Organisationsprofil			
GRI 102-1	Name der Organisation		5, 40
GRI 102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen		5
GRI 102-3	Ort des Hauptsitzes		5, 40
GRI 102-4	Betriebsstätten		5
GRI 102-5	Eigentum und Rechtsform		5, 40
GRI 102-6	Bediente Märkte		5
GRI 102-7	Größenordnung der Organisation		5
GRI 102-8	Informationen über Angestellte und andere Mitarbeiter		23, 24
GRI 102-9	Lieferkette		16
GRI 102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette		5
GRI 102-11	Vorsorgeprinzip oder Vorsichtsmaßnahmen		6
GRI 102-12	Externe Initiativen	respACT, Raiffeisen Nachhaltigkeits-Initiative (RNI) Sustainable Development Goals (SDG)	16
GRI 102-13	Mitgliedschaft in Verbänden	Verband der Versicherungsunternehmen Österreichs, Raiffeisenverband etc.	31
Strategie			
GRI 102-14	Aussagen der Führungskräfte		1
GRI 102-15	Wichtigste Auswirkungen, Risiken und Chancen		6, 28
Ethik und Integrität			
GRI 102-16	Werte, Richtlinien, Standards und Verhaltensnormen	www.uniqagroup.com/gruppe/versicherung/corporate-responsibility/compliance/code_of_conduct.html.de.html	1, 12, 27
Führung			
GRI 102-18	Führungsstruktur		5
Stakeholder-Einbeziehung			
GRI 102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen		7
GRI 102-41	Tarifverhandlungen	Prozentsatz der gesamten Angestellten, die von den Tarifverhandlungen erfasst sind: 100 %	31

GRI Content Index

Code	Kurzbezeichnung zur jeweiligen Angabe	Anmerkungen und Auslassungen	Seite im NFI-Bericht
GRI 102-42	Bestimmen und Auswählen von Stakeholdern	Analyse der Stakeholder im CSR-Team in Abstimmung mit dem Vorstand	32
GRI 102-43	Ansatz für die Stakeholder-Einbeziehung	Insgesamt wurden ca. 7.500 Stakeholder befragt: siehe Grafik Stakeholder	8
GRI 102-44	Schlüsselthemen und Anliegen		8
Vorgehensweise bei der Berichterstattung			
GRI 102-45	Entitäten, die in den Konzernabschlüssen erwähnt werden	Siehe Geschäftsbericht 2018	4
GRI 102-46	Bestimmung von Berichtsinhalts- und Themenabgrenzung	Siehe Wesentlichkeitsmatrix	8
GRI 102-47	Liste der wesentlichen Themen	Siehe Wesentlichkeitsmatrix	8
GRI 102-48	Neuformulierung der Informationen	keine	32
GRI 102-49	Änderungen bei der Berichterstattung	Siehe Über diesen Bericht: Ergänzungen weiterer Länder; Zusammenfassung wesentlicher Themen	9
GRI 102-50	Berichtszeitraum	1. Jänner bis 31. Dezember 2018	4
GRI 102-51	Datum des aktuellsten Berichts	12. April 2018 Zweiter CSR-Bericht (NaDiVeG/GRI)	4
GRI 102-52	Berichtszyklus	Jährliche Berichterstattung	4
GRI 102-53	Kontaktangaben bei Fragen zum Bericht	Siehe Impressum	40
GRI 102-54	Aussagen zu Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	In Übereinstimmung GRI-Standards: Option Kern	4
GRI 102-55	GRI-Inhaltsindex		31 – 35
GRI 102-56	Externe Prüfung	Wurde von Deloitte auditiert	36 – 39
GRI 200: WIRTSCHAFT			
GRI 201: Wirtschaftliche Leistung 2016			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz	Siehe Geschäftsbericht 2018	–
GRI 201-1	Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert	Siehe Geschäftsbericht 2018	5, 12
GRI 202: Marktpräsenz 2016			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz	Siehe Geschäftsbericht 2018	–
GRI 202-2	Anteil der lokal angeworbenen Führungskräfte	Siehe Geschäftsbericht 2018	5, 12
GRI 205: Korruptionsbekämpfung 2016			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz		27

GRI Content Index

Code	Kurzbezeichnung zur jeweiligen Angabe	Anmerkungen und Auslassungen	Seite im NFI-Bericht
GRI 205-2	Informationen und Schulungen zu Strategien und Maßnahmen zur Korruptionsbekämpfung		12, 28
GRI 205-3	Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	0	12, 28, 33
GRI 206: Wettbewerbswidriges Verhalten 2016			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz		27
GRI 206-1	Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartell- und Monopolbildung	2018 wurde ein Fall aus 2017 bekanntgegeben (Kosovo)	12, 33
GRI 300: UMWELT			
GRI 301: Materialien 2016			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz		16
GRI 301-1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	Es wird der Papierverbrauch berichtet.	11, 19
GRI 302: Energie 2016			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz		16
GRI 302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	Quelle der Umrechnungsfaktoren: Umweltbundesamt	11, 19
GRI 305: Emissionen 2016			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz		16
GRI 305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	Quelle der Umrechnungsfaktoren: Daten werden auf Anfrage vom Unternehmen zur Verfügung gestellt.	11, 17, 19
GRI 305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	Quelle der Umrechnungsfaktoren: Daten werden auf Anfrage vom Unternehmen zur Verfügung gestellt.	11, 17, 19
GRI 305-3	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 3)	Quelle der Umrechnungsfaktoren: Daten werden auf Anfrage vom Unternehmen zur Verfügung gestellt.	11, 17, 19
GRI 307: Umwelt-Compliance 2016			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz		16
GRI 307-1	Nichteinhaltung von Umweltgesetzen und -verordnungen	0	12, 33
GRI 400: SOZIALES			
GRI 401: Beschäftigung 2016			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz		20
GRI 401-1	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation		11, 26

GRI Content Index

Code	Kurzbezeichnung zur jeweiligen Angabe	Anmerkungen und Auslassungen	Seite im NFI-Bericht
GRI 402: Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis 2016			
GRI 103-1-103-3	Managementansatz		20
GRI 402-1	Mindestmitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen	Gemäß österreichischem Gesetz ist der Betriebsrat umgehend zu informieren, sobald größere Umstrukturierungsmaßnahmen mit Auswirkungen auf das Personal erfolgen.	11, 34
GRI 403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 2016			
GRI 103-1-103-3	Managementansatz		20
GRI 403-2	Art und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Arbeitsausfalltage und Abwesenheit sowie Zahl der arbeitsbedingten Todesfälle	Darstellung nicht nach Geschlecht, sondern nach Innendienst und Außendienst; durchschnittliche Krankenstandstage pro Angestelltem: 8,5 Tage	11, 26
GRI 404: Aus- und Weiterbildung 2016			
GRI 103-1-103-3	Managementansatz		20
GRI 404-1	Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr pro Angestelltem	Darstellung durchschnittliche Anzahl der Aus- und Weiterbildungsstunden pro Angestelltem: 15,5 Std.	11, 34
GRI 404-2	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe		11, 21
GRI 404-3	Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer Karriereentwicklung erhalten	100%	11, 21, 34
GRI 405: Vielfalt und Chancengleichheit 2016			
GRI 103-1-103-3	Managementansatz		20
GRI 405-1	Vielfalt in Leitungsorganen und der Angestellten		11, 20, 23 – 25
GRI 406: Gleichbehandlung 2016			
GRI 103-1-103-3	Managementansatz		27
GRI 406-1	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	0	12, 27 – 28, 34
GRI 417: Marketing und Kennzeichnung 2016			
GRI 103-1-103-3	Managementansatz		27
GRI 417-1	Anforderungen für die Produkt- und Dienstleistungsinformationen und Kennzeichnung		10, 13
GRI 417-2	Verstöße im Zusammenhang mit den Produkt- und Dienstleistungsinformationen und der Kennzeichnung	0	10, 12, 34
GRI 417-3	Verstöße im Zusammenhang mit Marketing und Kommunikation	0	10, 12, 34

GRI Content Index

Code	Kurzbezeichnung zur jeweiligen Angabe	Anmerkungen und Auslassungen	Seite im NFI-Bericht
GRI 418: Schutz der Kundendaten 2016			
GRI 103-1-103-3	Managementansatz		28
GRI 418-1	Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes oder den Verlust von Kundendaten	Aus Wettbewerbsgründen werden dazu keine Daten veröffentlicht.	10, 12, 15, 35
GRI 419: Sozioökonomische Compliance 2016			
GRI 103-1-103-3	Managementansatz		27
GRI 419-1	Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaften Bereich	0	12, 35
KUNDENSPEZIFISCHE THEMEN			
GRI 103-1-103-3	Managementansatz		13
	Innovative Services und Produkte für neue soziale und ökologische Trends		13 – 15
	Klare Bewertung von Schäden bzw. Leistungen und schnelle Hilfe		13 – 15
	Finanzierung der Pension, Gesundheit und Pflege sowie gesetzliche und private Versicherung		13 – 15
	Regionaler Ansprechpartner		13 – 15
KRITISCHE INVESTITIONEN			
GRI 103-1-103-3	Managementansatz		17
	Förderung nachhaltiger Finanzanlagen und Vermeidung kritischer Veranlagungen		17 – 18



Deloitte Audit
Wirtschaftsprüfungs GmbH
Renngasse 1/ Freyung
Postfach 2
1010 Wien, Österreich

Tel +43 1 537 00 + DW
Fax +43 1 537 00-99 + DW
www.deloitte.at

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

Wien, 19. März 2019
GM/KFr/mce/DW 4600
gmarterbauer@deloitte.at

Bericht über die unabhängige Prüfung der nichtfinanziellen Berichterstattung

Einleitung

Wir haben Prüfungshandlungen zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit („Limited Assurance“) dahingehend durchgeführt, ob der (konsolidierte) nichtfinanzielle Bericht in Übereinstimmung mit den Berichtskriterien erstellt wurde. Die Berichtskriterien umfassen die vom Global Sustainability Standards Board (GSSB) herausgegebenen Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung (GRI-Standards: Option Kern) sowie die in §§ 243b und 267a UGB genannten Anforderungen an den Bericht.

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: Option Kern sowie die in §§ 243b und 267a 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 verbundenen 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 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 (konsolidierten) 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“) dahingehend abzugeben, ob die nichtfinanzielle Berichterstattung in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den Berichtskriterien erstellt wurde. Die Berichtskriterien umfassen die vom Global Sustainability Standards Board (GSSB) herausgegebenen Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung GRI-Standards: Option Kern sowie die in §§ 243b und 267a UGB genannten Anforderungen an den Bericht.

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 der (konsolidierte) nichtfinanzielle Bericht nicht in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den Berichtskriterien nach den GRI-Standards Option: Kern aufgestellt worden ist sowie nicht alle in §§ 243b und 267a 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 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 mit den zur Verfügung gestellten Dokumenten und Unterlagen
- Des Weiteren erfolgten Prüfungshandlungen dahingehend, ob im (konsolidierten) nichtfinanziellen Bericht sämtliche gemäß §§ 243b und 267a UGB geforderten Informationen offengelegt werden. Eine inhaltliche Prüfung erfolgte diesbezüglich nicht.

Sämtliche Prüfungshandlungen wurden in Wien durchgeführt.

Zusammenfassende Beurteilung

Auf Grundlage unserer Prüfungshandlungen sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass der (konsolidierte) nichtfinanzielle Bericht nicht in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den

Berichtskriterien der vom Global Sustainability Standards Board (GSSB) herausgegebenen GRI-Standards: Option Kern aufgestellt worden ist.

Des Weiteren sind uns auf Grundlage unserer Prüfungshandlungen keine Sachverhalte bekannt geworden, dass nicht sämtliche gemäß §§ 243b und 267a UGB geforderten Informationen innerhalb der von der UNIQA Insurance Group AG festgelegten Berichtsgrenzen im Bericht offengelegt worden sind.

Auftragsbedingungen

Die „Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftstreuhandberufe“ vom 18.04.2018 (AAB 2018 laut Anlage), herausgegeben von der Österreichischen Kammer der Steuerberater und Wirtschaftsprüfer, sind Grundlage dieses Auftrags. Unsere Haftung ist gemäß Kapitel 8 AAB 2018 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, 19. März 2019



Deloitte Audit Wirtschaftsprüfungs GmbH

Impressum [GRI 102-1, 102-3, 102-5, 102-53]

Herausgeber

UNIQA Insurance Group AG
Andreas Rauter, Leiter Regulatory & Public Affairs
Untere Donaustraße 21
1029 Wien
Tel.: (+43) 01 21175-3320
FN: 92933t

CSR-Team UNIQA

Andreas Rauter (Leitung), Evelyn Magerl-Christer,
Sarah Hernler

Kreativkonzept und Design

Stefanie Wild

Inhaltliche und strukturelle Beratung

denkstatt GmbH, www.denkstatt.eu

Redaktionelle Unterstützung und Koordination

be.public Corporate & Financial Communications GmbH,
www.bepublic.at

Übersetzung und Lektorat

ASI GmbH, www.asint.at

Papier

Umschlag: Desistar 100g/m²

Kern: Desistar 80g/m²

Druck

AV+Astoria Druckzentrum, www.av-astoria.at

Redaktionsschluss

10. April 2019

Dieser Bericht erscheint in deutscher und englischer Sprache. Maßgeblich ist in Zweifelsfällen die deutsche Version.

