

Hauptversammlung von UNIQA Versicherungen AG

27. Mai 2013

Wir interessieren uns für Menschen.

Wir begeistern.

Wir entwickeln uns weiter.

Wir gestalten.



Wir wollen gewinnen.

Wir liefern.

Wir sind ehrlich und klar.

Wir sind geradlinig.

- 1. Die langfristige Wachstumsstrategie UNIQA 2.0**
- 2. Jahresergebnis 2012**
- 3. Ergebnis 1. Quartal 2013**

- 1. Die langfristige Wachstumsstrategie UNIQA 2.0**
- 2. Jahresergebnis 2012**
- 3. Ergebnis 1. Quartal 2013**

1. <u>Was</u> ist unser Ziel?	2. <u>Wie</u> erreichen wir es?	3. <u>Wo</u> wollen wir im Kerngeschäft besser werden?	4. <u>Was</u> brauchen wir dafür?	5. <u>Warum</u> ist das für unsere Aktionäre attraktiv?
<ul style="list-style-type: none"> Die Kundenzahl von 7,5 Millionen in 2010 auf 15 Millionen in 2020 verdoppeln. 	<p>Wir konzentrieren uns auf das Kerngeschäft als Erstversicherer in unseren beiden Kernmärkten Österreich und CEE.</p>	<p>a.) <u>UNIQA Österreich</u> Profitabilität erhöhen.</p> <p>b.) <u>Raiffeisen Versicherung</u> Produktivität erhöhen.</p> <p>c.) <u>UNIQA International</u> Wachstum und Ertrag in CEE.</p> <p>d.) <u>Risk/Return</u> Wertorientierte Unternehmenssteuerung.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Eine Stärkung des Eigenkapitals. In Abhängigkeit von den Kapitalmarktverhältnissen eine Kapitalerhöhung über die Börse (Re-IPO), mit welcher der Streubesitz auf bis zu 49 Prozent erhöht werden könnte. Eine einfachere und kapitalmarktfreundliche Konzernstruktur. 	<p>Weil wir bis 2015 das EGT im Vergleich zu 2010 um bis zu 400 Millionen Euro verbessern wollen.</p>

1. Was ist unser Ziel?

2. Wie erreichen wir es?

3. Wo wollen wir im Kerngeschäft besser werden?

4. Was brauchen wir dafür?

5. Warum ist das für unsere Aktionäre attraktiv?

Das Ziel:

Die Kundenzahl von 7,5 Millionen in 2010 auf 15 Millionen in 2020 verdoppeln.

Status quo:

Ende 2012 haben wir 8,7 Millionen Kunden betreut.

1. Was ist unser Ziel?

2. Wie erreichen wir es?

3. Wo wollen wir im Kerngeschäft besser werden?

4. Was brauchen wir dafür?

5. Warum ist das für unsere Aktionäre attraktiv?

Das Ziel: Wir konzentrieren uns auf das Kerngeschäft als Erstversicherer in unseren beiden Kernmärkten Österreich und CEE.

Status Quo:

Verkauft

- Deutsche Mannheimer Gruppe
- Medienbeteiligungen
- Hotelbeteiligungen (Februar 2013)

Gekauft

- Minderheitsanteile der EBRD an unseren Tochtergesellschaften in Kroatien, Polen und Ungarn.
- Beteiligung an den Privatkliniken in Österreich auf 100 Prozent aufgestockt.

1. Was ist unser Ziel?

2. Wie erreichen wir es?

3. Wo wollen wir im Kerngeschäft besser werden?

4. Was brauchen wir dafür?

5. Warum ist das für unsere Aktionäre attraktiv?

Das Ziel:

- UNIQA Österreich: Profitabilität erhöhen.
- Raiffeisen Versicherung Österreich: Produktivität erhöhen.
- UNIQA International: Wachstum und Ertrag in CEE.
- Risk/Return: Wertorientierte Unternehmenssteuerung.

Status Quo:

UNIQA Österreich:

- Umbau der Zentrale abgeschlossen, Reorganisation in den Bundesländern läuft.
- Ziel: „Versicherer vor Ort“ von 300 in 2010 auf 400 in 2015 zu erhöhen.
Stand Ende 2012: 325.

Raiffeisen Versicherung Österreich:

- Klare Ausrichtung an den Bedürfnissen der Bankberater und Bankkunden.
- Kooperationsvereinbarungen mit den Raiffeisen Landesbanken abgeschlossen.

UNIQA International:

- In 12 von 16 CEE-Ländern Marktanteile ausgebaut.
- 58 Prozent der Kunden und 23,4 Prozent der Konzernprämien aus CEE.

Risk/Return:

- UNIQA implementiert wertorientierte Unternehmensführung mit konsequentem Risk/Return-Ansatz.
- Risiken in Bilanz reduziert.



- 58 Prozent der Kunden: 4,7 Millionen.
- 23,4 Prozent der Prämien: 1,2 Milliarden Euro.
- 2012 in 12 von 16 CEE-Ländern über dem Markt gewachsen.
- Bis 2020 wollen wir 50 Prozent der Prämien und 30 bis 40 Prozent des Konzernergebnisses in CEE verdienen.
- In 14 Ländern arbeiten wir mit der RBI zusammen: mehr als 3.000 Bankstellen in der Region.

SEE

CE

EE

Russia

1. Was ist unser Ziel?

2. Wie erreichen wir es?

3. Wo wollen wir im Kerngeschäft besser werden?

4. Was brauchen wir dafür?

5. Warum ist das für unsere Aktionäre attraktiv?

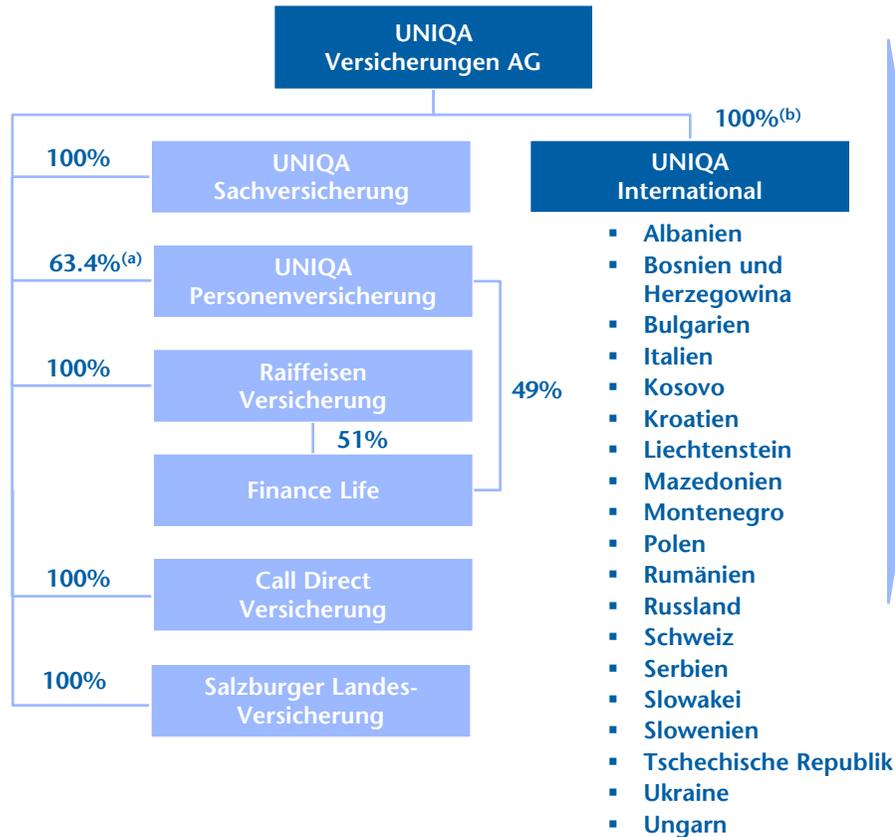
Das Ziel:

- Stärkung des Eigenkapitals.
- In Abhängigkeit von den Kapitalmarktverhältnissen eine Kapitalerhöhung über die Börse (Re-IPO), mit welcher der Streubesitz auf bis zu 49 Prozent erhöht werden könnte.
- Eine einfachere und kapitalmarktfreundliche Konzernstruktur.

Status Quo:

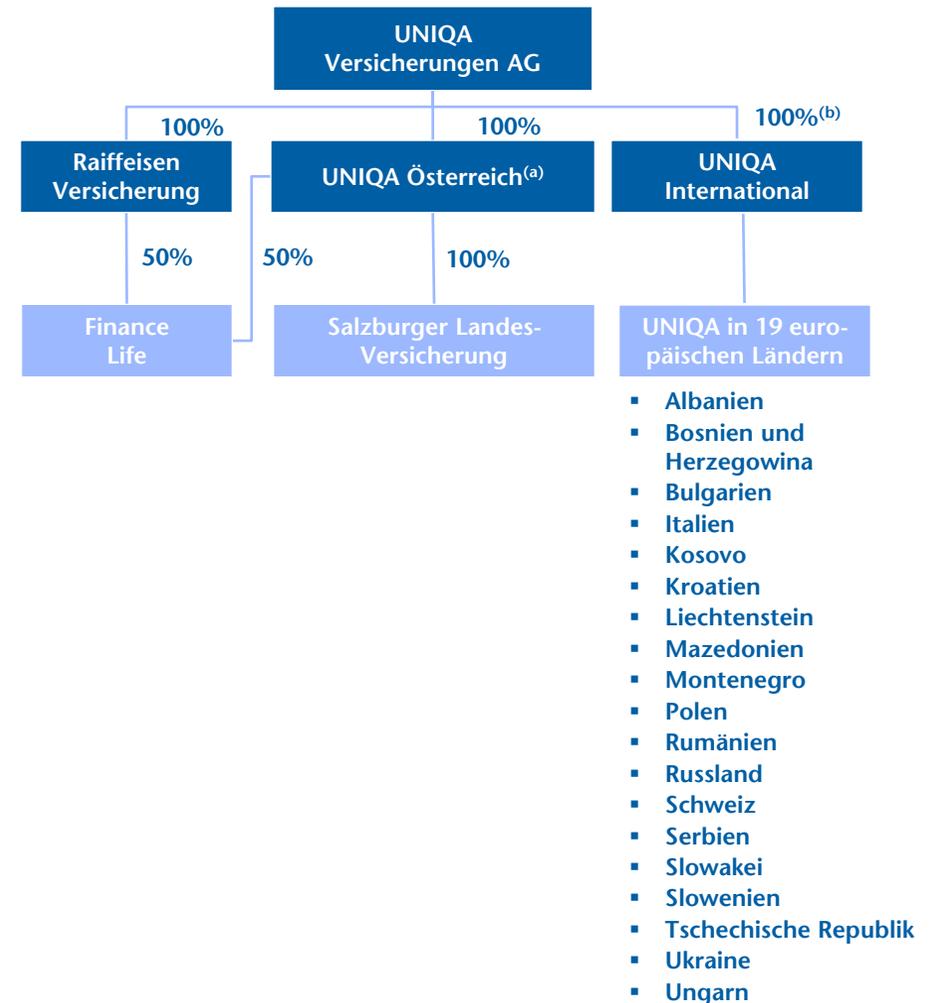
- Barkapitalerhöhung von 500 Millionen Euro (Juli 2012).
- Austria und Collegialität haben ihre Minderheitenanteile an UNIQA Personenversicherung als Sacheinlage in Holding eingebracht.
- Fusion von UNIQA Sachversicherung und Call Direct mit UNIQA Personenversicherung zur „UNIQA Österreich“.
- Straffe, kapitalmarktfreundliche Konzernstruktur ohne nennenswerte Minderheitenanteile geschaffen.

ALT



(a) 36.6% Austria Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit Privatstiftung und Collegialität Versicherungsverein Privatstiftung
 (b) 25% via Raiffeisen Versicherung AG

NEU



(a) Ehemalige UNIQA Personenversicherung
 (b) 25% via Raiffeisen Versicherung AG

Unsere langfristige Wachstumsstrategie

Wo stehen wir am 27. Mai 2013?

1. Was ist unser Ziel?

2. Wie erreichen wir es?

3. Wo wollen wir im Kerngeschäft besser werden?

4. Was brauchen wir dafür?

5. Warum ist das für unsere Aktionäre attraktiv?

Das Ziel: Weil wir bis 2015 das EGT im Vergleich zu 2010 um bis zu 400 Millionen Euro verbessern wollen.

Status Quo:

- UNIQA hat im Geschäftsjahr 2012 ein EGT von 205 Millionen Euro erzielt.
- Wir hatten uns zum Ziel gesetzt, 2012 ein EGT zu erwirtschaften, das über dem Ergebnis des Jahres 2010 liegt (2010: 142 Millionen Euro). Dieses Ziel haben wir mit einem Plus von 44,9 Prozent erreicht.

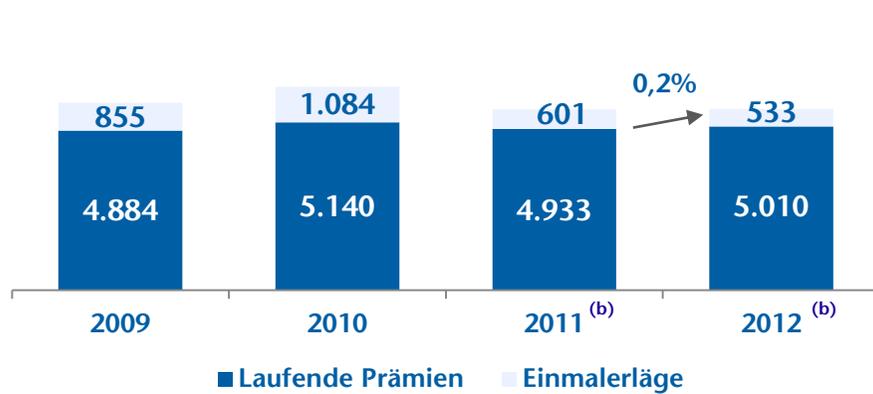
1. **Die langfristige Wachstumsstrategie UNIQA 2.0**
2. **Jahresergebnis 2012**
3. **Ergebnis 1. Quartal 2013**

Millionen €	2012	2011	▲%
Verrechnete Prämien ^(a)	5.543	5.534	0,2 %
Laufende Prämien ^(a)	5.010	4.933	1,5 %
APE (Leben) ^(b)	1.608	1.703	-5,6 %
EGT	205	-322	n.a.
Konzernergebnis	130	-246	n.a.
Combined Ratio (netto)	101,3 %	104,9 %	-3,6%-Punkte
RoS (Return on Sales)	3,9 %	n.a.	n.a.
RoE (nach Steuern und Minderheiten)	9,1 %	n.a.	n.a.
Solvency I Quote	214,9 %	122,5 %	+92,4%-Punkte

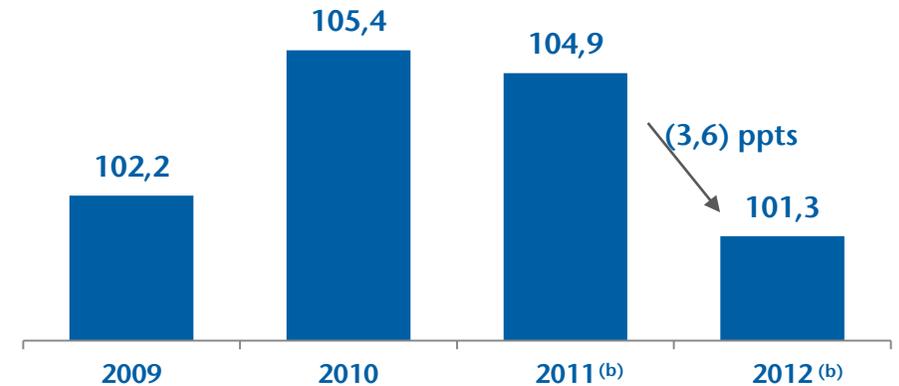
(a) Einschließlich der Sparanteile der fonds- und der indexgebundenen Lebensversicherung

(b) Basierend auf verrechneten Prämien

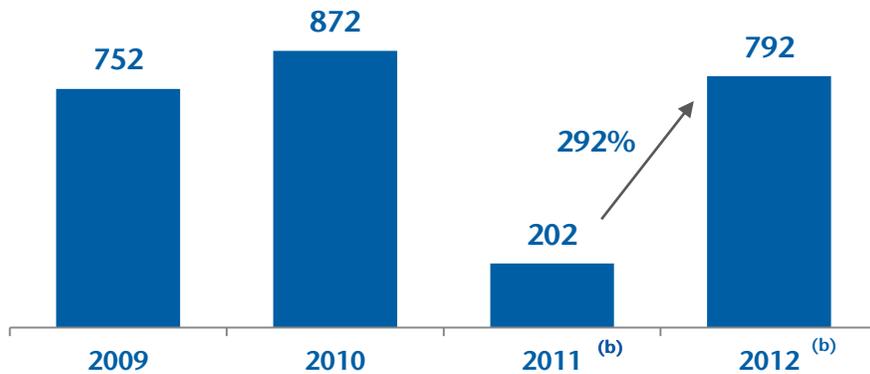
Verrechnete Prämien^(a) (Millionen Euro)



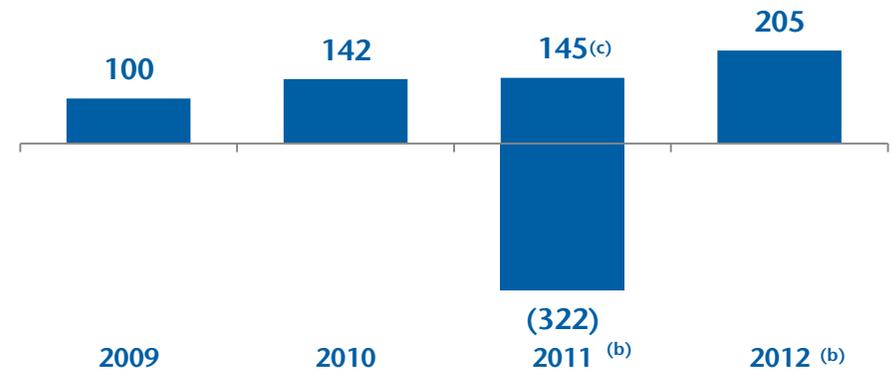
Combined Ratio in Prozent (netto)



Erträge aus Kapitalanlagen (Millionen Euro)



EGT (Millionen Euro)



(a) Einschließlich Sparanteile der fonds- und der indexgebundenen Lebensversicherung
 (b) Exklusive Mannheimer Gruppe

(c) Ohne Berücksichtigung von Abschreibungen auf griechische Staatsanleihen und Restrukturierungskosten

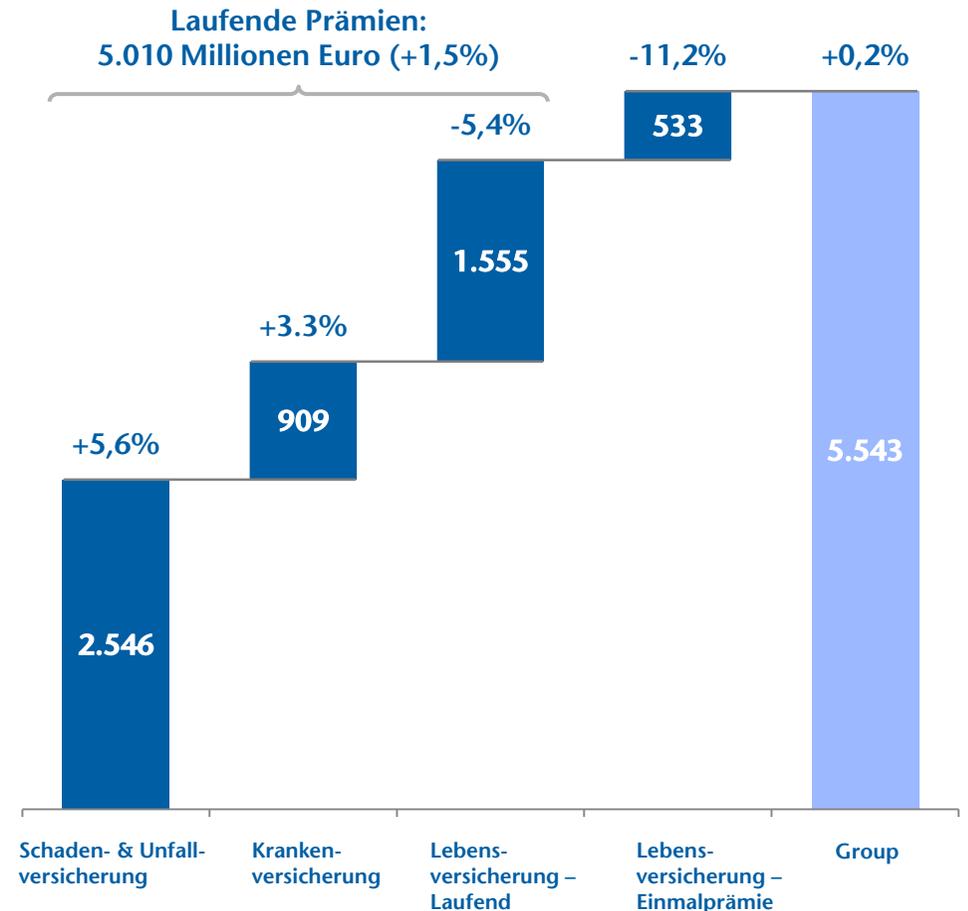
Prämienentwicklung nach Segmenten

- **Schaden - und Unfall-Versicherung:** Verrechnete Prämien stiegen um 5,6 Prozent auf 2.546 Millionen Euro.
 - Prämienzuwachs in Österreich um 2,5 Prozent auf 1.439 Millionen Euro.
 - Prämienzuwachs in CEE um 5,7 Prozent auf 904 Millionen Euro.

- **Krankenversicherung:** Prämienwachstum um 3,3 Prozent auf 909 Millionen Euro.
 - Prämienzuwachs in Österreich um 2,6 Prozent auf 835 Millionen Euro.
 - Prämienzuwachs in CEE um 26,6 Prozent auf 32 Millionen Euro.

- **Lebensversicherung:** Laufende Prämien sanken um 5,4 Prozent auf 1.555 Millionen Euro. Gesamte verrechnete Prämien sanken um 7,0 Prozent auf 2.088 Millionen Euro, verursacht durch Rückgang der Einmalprämie in Polen und Österreich.

Prämien nach Segmenten 2012 vs 2011 (in Mio. Euro)



Anmerkung: Verrechnete Prämien inklusive der Sparanteile der fonds- und indexgebundenen Lebensversicherung, exklusive Mannheimer-Gruppe

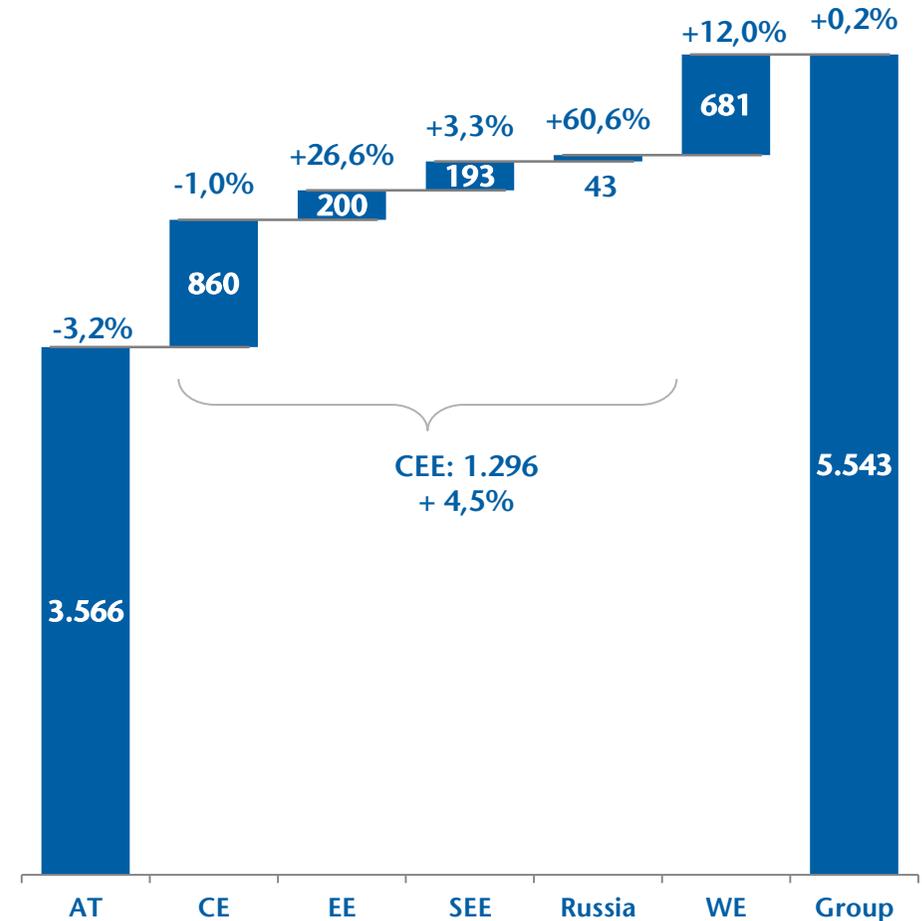
Prämienentwicklung nach Regionen

- **Österreich:** Verrechnete Prämien sanken um 3,2 Prozent auf 3.566 Millionen Euro.
 - Laufende Prämien sanken um 2,0 Prozent auf 3.470 Millionen Euro.
 - Einmalerläge sanken um 34,2 Prozent auf 92 Millionen Euro wegen der gesetzlichen Erhöhung der Bindefrist zur Nutzung von steuerlichen Vorteilen.

- **Zentral- und Osteuropa:** Verrechnete Prämien stiegen um 4,5 Prozent auf 1.296 Millionen Euro.
 - Laufende Prämien-Entwicklung sehr positiv: Anstieg um 8,0 Prozent auf 1.183 Millionen Euro.
 - Einmalerläge sanken (insbesondere in Polen) um 22,6 Prozent auf 112 Millionen Euro

- **Westeuropa:** Verrechnete Prämien (ohne Mannheimer Gruppe) stiegen um 12,0 Prozent auf 681 Millionen Euro.
 - Laufende Prämien stiegen um 20,6 Prozent auf 352 Millionen Euro.
 - Einmalerläge stiegen um 4,2 Prozent auf 329 Millionen Euro.

Verrechnete Prämien nach Regionen 2012 vs 2011 (in Mio. Euro)



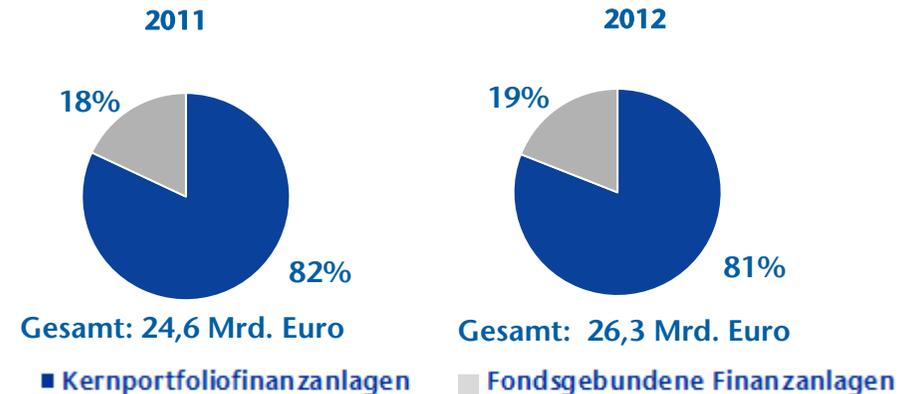
Anmerkung: Verrechnete Prämien inkl. Sparanteile der fonds- und der indexgebundenen Lebensversicherung;
 CE = Zentraleuropa, EE = Osteuropa, SEE = Südosteuropa, WE = Westeuropa

- Die Netto-Erträge aus Kapitalanlagen erhöhten sich um 292,2 Prozent auf 792 Millionen Euro.
- Das Investmentportfolio der UNIQA Group betrug 26,3 Milliarden Euro (31. Dezember 2012), ein Zuwachs von 6,9 Prozent verglichen mit 31. Dezember 2011.

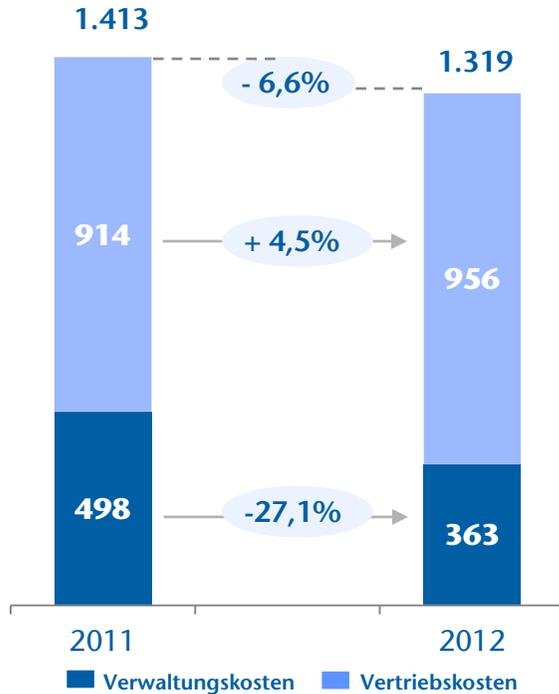
Nettoerträge aus Kapitalanlagen (in Mio. Euro)



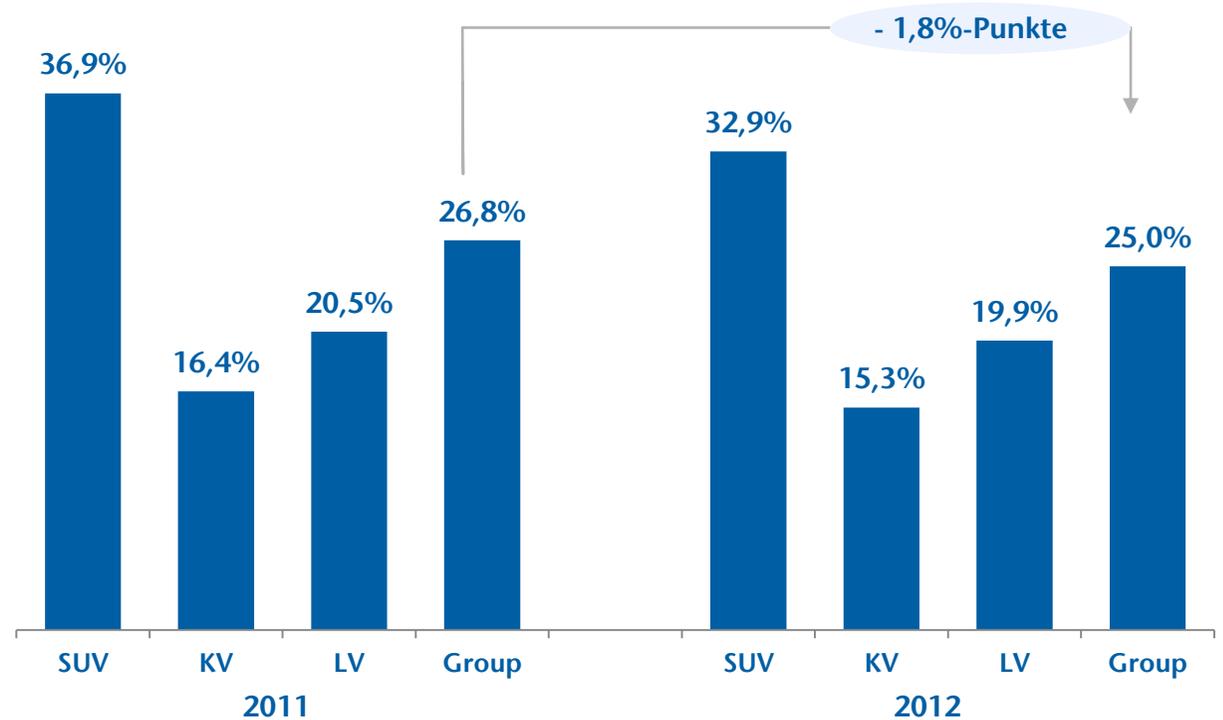
Investitionsportfolio



Aufwendungen für den Versicherungsbetrieb (Millionen Euro)



Kostenquote



- Die Aufwendungen für den Versicherungsbetrieb (inklusive Rückversicherungsprovisionen und Gewinnanteilen aus Rückversicherungsabgaben) sanken um 6,6 Prozent auf 1.319 Millionen Euro.
- Die Aufwendungen für den Versicherungsabschluss (Vertriebskosten) stiegen analog zum Neugeschäftsaufkommen um 4,5 Prozent auf 956 Millionen Euro.
- Die Verwaltungskosten sanken um 27,1 Prozent auf 363 Millionen Euro.
- Die Kostenquote (nach Rückversicherung) sank auf 25,0 Prozent.

1. **Die langfristige Wachstumsstrategie UNIQA 2.0**
2. **Jahresergebnis 2012**
3. **Ergebnis 1. Quartal 2013**

- Verrechnete Prämien^(a) um 9,8 Prozent auf 1.664 Millionen Euro gestiegen.
- Wachstum in allen Segmenten und Regionen bei stabilen Kosten.
- Combined Ratio von 99,4 Prozent auf 98,3 Prozent verbessert.
- EGT um 97 Prozent auf 116,8 Millionen Euro gestiegen, bereinigt um den Gewinn aus dem Verkauf der Hotelbeteiligungen (49,1 Millionen Euro) um 14,2 Prozent auf 67,7 Millionen Euro.
- Konzernergebnis um 149,8 Prozent auf 76 Millionen Euro gestiegen.
- Embedded Value 2012 um 86,2 Prozent auf 2.876 Millionen Euro gestiegen.

^(a) Inklusive der Sparanteile der fonds- und indexgebundenen Lebensversicherung

Ausblick 2013

- Wir werden unser Strategieprogramm UNIQA 2.0 weiter konsequent umsetzen.
- Unsere 3 Schwerpunkte: Vorbereitung Re-IPO, Marke(n), Leadership.
- Wir planen, das Ergebnis gegenüber 2012 erneut spürbar zu verbessern.

KONZERNBERICHT 2012 / UNIQA GROUP

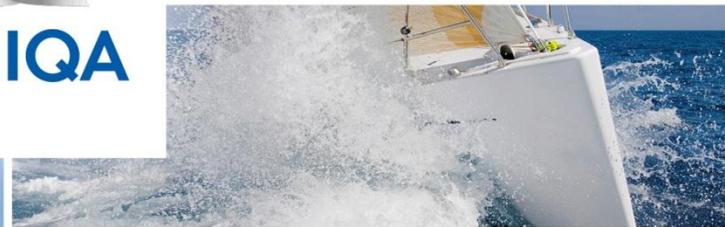
Dranbleiben.

 UNIQA

Danke für Ihre Aufmerksamkeit und – vor allem – für Ihr Vertrauen!

Wir interessieren uns für Menschen.
Wir begeistern.

Wir entwickeln uns weiter.
Wir gestalten.



Wir wollen gewinnen.
Wir liefern.

Wir sind ehrlich und klar.
Wir sind geradlinig.

Nicht für die Verbreitung in den USA, Kanada, Australien und Japan bestimmt. Dies ist kein Angebot und keine Einladung zur Zeichnung von Wertpapieren.

Diese Informationen beinhalten weder ein Angebot noch eine Aufforderung oder eine Einladung zur Abgabe eines Angebots zum Kauf oder zur Zeichnung von Aktien der UNIQA Versicherungen AG. Ein öffentliches Angebot von Aktien der UNIQA Versicherungen AG darf in Österreich nur nach Veröffentlichung eines gemäß den Bestimmungen des Kapitalmarktgesetzes erstellten Prospekts erfolgen. Jegliche Kauforders in Bezug auf Aktien der UNIQA Versicherungen AG, die vor Beginn eines öffentlichen Angebots eingehen, werden zurückgewiesen. Sollte ein öffentliches Angebot in Österreich stattfinden, wird ein Prospekt gemäß den Bestimmungen des Kapitalmarktgesetzes erstellt, der am Sitz der Gesellschaft während üblicher Geschäftszeiten kostenlos erhältlich sein wird.

Diese Informationen dürfen weder direkt noch indirekt in die oder in den Vereinigten Staaten von Amerika (einschließlich ihrer Territorien, Schutzgebiete, Bundesstaaten und des District of Columbia) verbreitet werden. Diese Informationen stellen weder ein Angebot noch den Teil eines Angebots zum Kauf oder zur Zeichnung noch eine Aufforderung zur Abgabe eines Angebots zum Kauf oder zur Zeichnung von Wertpapieren in den Vereinigten Staaten von Amerika dar. Die hierin erwähnten Aktien der UNIQA Versicherungen AG (die "Aktien") dürfen nicht in den Vereinigten Staaten von Amerika angeboten oder verkauft werden, es sei denn, sie sind registriert oder von der Registrierungspflicht gemäß dem U.S.-amerikanischen Securities Act von 1933 in der jeweils gültigen Fassung (der "Securities Act") befreit. Die Aktien sind nicht und werden nicht gemäß dem Securities Act registriert und werden in den Vereinigten Staaten von Amerika nicht angeboten oder verkauft, außer auf Grundlage einer anwendbaren Ausnahme von der Registrierungspflicht.

Diese Mitteilung ist nur an Personen gerichtet, (i) die außerhalb des Vereinigten Königreichs sind oder (ii) die Branchenerfahrung mit Investitionen im Sinne von Artikel 19 (5) der U.K. Financial Services and Markets Act 2000 (Financial Promotion) Order 2005 (in der geltenden Fassung) (die "Order") haben oder (iii) die Artikel 49 (2) (a) bis (d) der Order ("high net worth companies, unincorporated associations etc.") unterliegen (alle solche Personen nachfolgend "Relevante Personen" genannt). Eine Person, die keine Relevante Person ist, darf nicht auf Grund dieser Mitteilung oder ihres Inhaltes tätig werden oder auf diese vertrauen. Jede Investition oder Investitionstätigkeit, auf die sich diese Mitteilung bezieht, steht nur Relevanten Personen zur Verfügung und wird nur mit Relevanten Personen unternommen.

Diese Mitteilung enthält Aussagen, die sich auf die zukünftige Entwicklung der UNIQA Group beziehen. Diese Angaben stellen Einschätzungen dar, die auf Basis aller uns zum aktuellen Zeitpunkt zur Verfügung stehenden Informationen getroffen wurden. Sollten die zugrunde gelegten Annahmen nicht eintreffen, so können die tatsächlichen Ergebnisse von den zurzeit erwarteten Ergebnissen abweichen. Eine Gewähr kann für diese Angaben daher nicht übernommen werden.