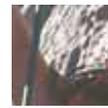
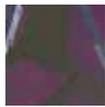


Konzernbericht 2002
UNIQA Versicherungen AG



Konzernkennzahlen

	Seite im GB	2002 Mio. €	2001 Mio. €	2000 Mio. €	1999 Mio. €
Abgegrenzte Prämien im Eigenbehalt ¹⁾	157	2.405,6	2.434,8	2.321,0	2.110,8
davon Schaden- und Unfallversicherung		774,3	678,5	646,4	619,3
davon Krankenversicherung		688,6	662,7	633,8	603,5
davon Lebensversicherung		942,8	1.093,6	1.040,8	888,0
aus Einmalerlagsversicherungen und Sonderprodukten ²⁾		206,2	438,1	465,6	269,5
aus laufenden Prämienzahlungen		736,6	655,5	575,2	618,5
Versicherungsleistungen	162	2.351,9	2.529,3	2.453,8	2.213,7
Aufwendungen für den Versicherungsbetrieb im Eigenbehalt	163	472,4	503,8	470,2	475,7
Erträge (netto) aus Kapitalanlagen	158	475,9	660,0	664,7	644,9
Kapitalanlagen	130	11.413,3	11.188,0	10.415,0	9.815,8
Eigenkapital	143	509,5	555,7	595,3	612,1
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	83	35,3	45,3	41,9	45,6
Jahresüberschuss	108	18,5	26,3	24,3	26,2
Kostenquote	84	19,6 %	20,7 %	20,3 %	22,5 %
Gewinn je Aktie (in €)	144	0,03	0,11	0,15	0,11 ³⁾
Gewinn vor Steuern je Aktie (in €)	144	0,17	0,27	0,25	0,27 ³⁾
Gewinn je Aktie, bereinigt um Firmenwertabschreibungen (in €)	144	0,10	0,15	0,18	0,14 ³⁾
Dividende je Aktie (in €)	105	0,16	0,16	0,16	0,16
Durchschnittliche Anzahl der MitarbeiterInnen	166	6.565	6.718	6.443	6.318
Versicherungsverträge		7.441.574	7.240.498	6.160.470	5.856.732
Anzahl der Konzernunternehmen	133				
Voll konsolidiert		33	30	26	25
Equity-konsolidiert		12	14	14	13

¹⁾ Ohne Berücksichtigung von Konsolidierungseffekten in den Geschäftssegmenten.

²⁾ Direktes Geschäft.

³⁾ Vergleichswert nach Aktiensplit.

Halbzeit

Der Beginn des Geschäftsjahres 2001 markierte den Startschuss für die praktische Umsetzung unseres ambitionierten Ertragsteigerungsprogramms. Ende 2002 ging – sportlich gesprochen – eine spannende erste Spielhälfte zu Ende. Wir sehen die Halbzeit nicht als Anlass, eine ausgedehnte Pause einzulegen – wohl aber als einen Moment des Innehaltens. Es gilt, die bisherige Leistung selbstkritisch zu überprüfen, daraus Lehren zu ziehen und, wo notwendig, die Taktik für die zweite Spielhälfte entsprechend umzustellen. Die unter schwierigen Rahmenbedingungen im Jahr 2002 verzeichneten Erfolge erfüllen uns mit großer Zuversicht, den unverändert anspruchsvollen Rest des Weges bis Ende 2003 erfolgreich zu meistern.

Wir bleiben am Ball.

Seite 4 | Aufsichtsrat

Seite 6 | Vorstand

Seite 10 | Profil

Seite 11 | Organigramm



12

Kunden und Märkte

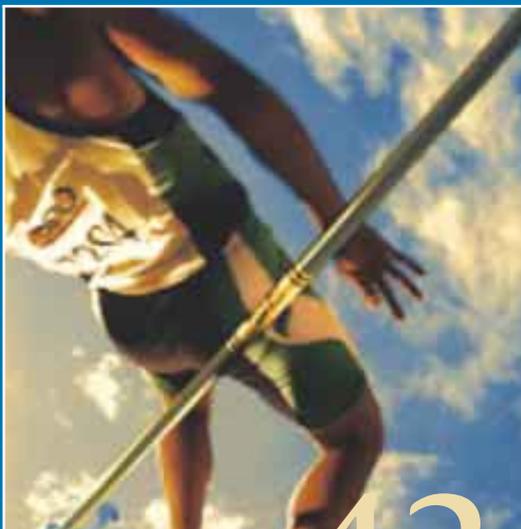
Neue Strategie zeigt Erfolge,
Engagement in Kultur und Sport,
Ausbau Mitteleuropa-Geschäft,
QualitätsPartnerschaft, Produkte
für individuelle Bedürfnisse



32

Prozesse und Produkte

Neue IT-Konzernarchitektur, Start
der Vertriebsplattform, Online-
Bearbeitung von Geschäftsfällen,
neuer Internet-Auftritt, integriertes
Dokumenten-Management-System



42

Unternehmen und Erträge

Neue Konzernstrategie, fondsgebundene Lebensversicherung, Sanierung Kfz- und Krankenversicherung, Auslandserträge verbessert, Top-Rating für UNIQA



54

MitarbeiterInnen und Partner

eLearning, Telearbeit, Mitarbeitergespräch hat sich bewährt, neue Skill-Datenbank erfasst Talente, Mobilitätsprogramm für Auslandseinsatz, FinanzAkademie gegründet

Inhalt

Seite 62 | Märkte und
UNIQA Aktie

Seite 76 | Finanzteil

Seite 170 | Glossar

Seite 174 | Kontakt

Vorwort des Aufsichtsratsvorsitzenden

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

das Management der UNIQA Group Austria legt mit diesem Geschäftsbericht unter dem Motto „Halbzeit“ unter anderem einen Zwischenbericht über das im Jahr 2001 gestartete Ertragsteigerungsprogramm vor. Die Ergebnisse des Jahres 2002 zeigen, dass vieles von dem erreicht wurde, was man sich vorgenommen hat. Sie zeigen aber auch, dass es noch der Umsetzung weiterer Maßnahmen bedarf, um die Ziele des Jahres 2003 zu erreichen.

Deutlich sichtbar sind die positiven Auswirkungen der Kostensenkungsmaßnahmen und der Aktivitäten zur Verbesserung der technischen Ergebnisse in der Sach- bzw. Krankenversicherung. Im Rahmen der Planungen liegen auch der Beitrag der ausländischen Konzerngesellschaften zum Gruppenergebnis.

Dass das Jahr 2002 trotz dieser positiven Entwicklungen mit einem nur bedingt zufriedenstellenden Ergebnis endet, ist auf mehrere außerordentliche Faktoren zurückzuführen. Zunächst seien hier die katastrophalen Überschwemmungsschäden in Österreich und bei unseren tschechischen Nachbarn genannt, die natürlich eine Ergebnisbelastung für die UNIQA Gruppe darstellen. Vor allem aber die Entwicklung der Kapitalmärkte hat insbesondere in der Lebensversicherung einen massiven Einbruch des Kapitalanlageergebnisses bewirkt, der zwar durch die Substanzstärke der Gruppe und eine nach wirtschaftlichen Kriterien ausgerichtete Gewinnbeteiligungspolitik zum Großteil ausgeglichen, aber nicht völlig kompensiert werden konnte.

Insgesamt gibt das Ergebnis des Jahres 2002 also ein „Bild mit gemischten Gefühlen“ und es bestätigt auch die Zielsetzung des Managements, die Abhängigkeit der Unternehmensergebnisse von Kapitalmarktschwankungen durch konsequente Stärkung der versicherungstechnischen Ergebnisse zu reduzieren. Insofern ist die Bilanz des Jahres 2002 eine Zwischenbilanz, die den eingeschlagenen Weg bestätigt, aber auch dessen konsequente Weiterverfolgung verlangt.



Die Entwicklung der UNIQA Aktie gehörte im abgelaufenen Geschäftsjahr – sicherlich auch gestützt durch das laufende Rückkaufsprogramm – mit einer Jahresperformance von +26 % zu den wenigen positiven Ausnahmen unter den europäischen Versicherungsaktien.

Ein wesentlicher Schritt für die weitere Stärkung der UNIQA Gruppe ist der Erwerb der AXA Österreich mit ihren ausländischen Tochterunternehmen. Nach Vorliegen der erforderlichen Genehmigungen ist die Übertragung der in einem ersten Schritt von einer Kernaktionärsgruppe erworbenen Unternehmen an die UNIQA Gruppe vorgesehen. Damit stärken wir die Position der Gruppe auf dem österreichischen Markt und schließen vor allem die bestehende Lücke auf dem ungarischen Markt. Das Management ist gefordert, die Integration der AXA Aktivitäten in die UNIQA Gruppe rasch, aber auch mit Umsicht umzusetzen, um die Synergieeffekte aus dieser Transaktion kurzfristig ergebniswirksam werden zu lassen. Mit diesem Erwerb geht der UNIQA Konzern konsequent seinen strategischen Weg als starker unabhängiger mitteleuropäischer Versicherer weiter.

Dr. Christian Konrad

Sehr geehrte Damen und Herren,

Wir legen Ihnen mit dem Geschäftsbericht 2002 einen Bericht über die Entwicklung der UNIQA Group Austria in einem Jahr vor, das zu den schwierigsten für die europäische Versicherungswirtschaft gehört und einen enormen Veränderungsprozess eingeleitet hat.

Mit diesem Bericht wollen wir aber auch Rechenschaft ablegen über den Stand unseres Ertragsteigerungsprogramms, das im Jahr 2001 für einen Zeitraum bis 2003 gestartet wurde – in diesem Sinn steht dieser Geschäftsbericht unter dem Motto „Halbzeit“.

Die europäische und damit auch die österreichische Versicherungswirtschaft hatte im Jahr 2002 mit einer Fortsetzung der bereits in 2001 begonnenen Korrektur der Aktienmärkte in einem nicht erwarteten Ausmaß zu kämpfen. Auch unsere Gruppe blieb von diesen Entwicklungen nicht verschont. Neben einem Rückgang der laufenden Vermögenserträge infolge der gesunkenen Renditen für Wiederveranlagungen waren vor allem die Einbrüche der Aktienmärkte für einen doch deutlichen Rückgang der Kapitalanlageerträge verantwortlich, der insbesondere die Lebensversicherung als jene Sparte mit dem höchsten Kapitalanlagevolumen besonders betroffen hat. Zu der schwierigen Situation auf den Kapitalmärkten kamen im Sommer des letzten Jahres die katastrophalen Überschwemmungsschäden in Österreich und Tschechien, die das Ergebnis in der Sachversicherung unserer österreichischen und tschechischen Gesellschaften belasten.

2002

10,5 %

Steigerung bei dem abgegrenzten Prämien-
volumen gegen laufende Prämie im direkten
Geschäft

7 %

Reduktion der Versicherungsleistungen im
Eigenbehalt

31,4 Mio. €

betrug die Einsparung im Kostenbereich

4,4 %

nahm unser Bestand an Kapitalanlagen im
Geschäftsjahr zu

100%iger

Anteilserwerb der FinanceLife Lebens-
versicherung AG, Wien

760 Tsd.

Mitglieder zählt unser VitalClub

2003

22,8 %

Steigerung der Neu- und Mehrprämie im ersten Quartal

130 Mio. €

wird das Ertragsteigerungsprogramm bis Ende 2003 an Verbesserungen gebracht haben

6 %

wird unser Marktanteil in Ungarn durch die Übernahme der AXA Biztosito betragen

200 Tsd.

potenzielle Kunden werden im Rahmen der „Abfertigung Neu“ Verträge abschließen

11 %

soll die Produktivitätssteigerung unserer Mitarbeiter betragen

200

Verträge pro Woche werden derzeit im Bereich der staatlich geförderten Zukunftsvorsorge abgeschlossen

Die Entwicklung im Bereich der Kapitalanlagen bzw. die Schadenbelastungen aus Naturkatastrophen überdecken die Fortschritte, die wir im abgelaufenen Geschäftsjahr sowohl in der Kostenentwicklung als auch in der Verbesserung der versicherungstechnischen Ergebnisse gemacht haben. Es ist uns gelungen, die Kostenquote im Jahr 2002 weiter deutlich zu senken, obwohl wir in erheblichem Umfang in strategische Projekte investiert haben, die unsere Marktposition stärken und einen weiteren Produktivitätszuwachs in den kommenden Jahren sicherstellen sollen. Wir konnten die versicherungstechnischen Ergebnisse in der Sachversicherung und insbesondere in der Krankenversicherung weiter deutlich verbessern und damit einen weiteren Schritt in der Schaffung einer größeren Unabhängigkeit der Unternehmensergebnisse von der Volatilität der Kapitalanlageergebnisse machen. In der Lebensversicherung haben wir uns wie bereits in den Vorjahren in der Gewinnbeteiligungspolitik klar am Kapitalmarktumfeld orientiert und die Gewinnbeteiligungssätze entsprechend angepasst. Dies und die Nutzung der in den Vorjahren bewusst aufgebauten Reservesubstanz in der Gewinnbeteiligungsrückstellung haben uns in die Lage versetzt, die negativen Einflüsse der Kapitalmarktentwicklung auf das Ergebnis der Lebensversicherung in erheblichem Umfang zu kompensieren. Das Jahr 2002 hat uns aber auch in unserer Überzeugung bestätigt, dass wir den eingeschlagenen Weg weiterverfolgen und intensivieren müssen, wenn wir die mittelfristigen Ertrags- und Rentabilitätsziele nachhaltig erreichen wollen.

Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit des Jahres 2002 liegt als Folge der oben genannten Entwicklungen mit 35,3 Mio. € unter dem Niveau des Vorjahres. Trotz der erheblichen außerordentlichen Belastungen ist dies natürlich nur bedingt zufriedenstellend. Es zeigt aber auch, dass die von uns gesetzten Maßnahmen zur Verbesserung der Ergebnisse insofern bereits Wirkung gezeigt haben, als negative Einflüsse auf das Ergebnis aus dem Kapitalanlagebereich zu einem erheblichen Teil durch verbesserte technische Ergebnisse und effizientes Kostenmanagement kompensiert werden konnten. Die Dividende mit 16 % wird in der Größenordnung des Vorjahres ausgeschüttet und signalisiert damit die gleich bleibende Politik des Hauses.

Die weitere Verbesserung der Ergebnissituation verlangt die Fortführung unseres Ertragssteigerungsprogramms, das nach zwei Jahren im Rahmen der Planungen liegt. Zur unternehmensweiten Umsetzung dieser Strategie werden die Unternehmensziele im Rahmen der UNIQA Scorecard-Systematik in einer Vielzahl von Bereichszielen umgesetzt, deren Erreichung Voraussetzung für die termingerechte Umsetzung der Unternehmensziele sind.

Im laufenden Geschäftsjahr ist die geplante Übernahme der AXA Österreich mit ihren Tochtergesellschaften in Ungarn und Liechtenstein von herausragender Bedeutung. Mit diesem Erwerb stärken wir weiter unsere führende Position auf dem österreichischen Markt und schließen die Lücke unserer Aktivitäten in Zentral- und Osteuropa durch die Übernahme einer starken Marktposition in Ungarn. Ergänzend dazu wollen wir unsere Marktposition in Ländern, in denen wir bereits vertreten sind, im Rahmen weiterer kleinerer Akquisitionen stärken. Wir sehen damit der EU-Erweiterung in 2004 zuversichtlich entgegen. Die UNIQA Gruppe hat die Grundlagen für eine selbstständige strategische Geschäftspolitik in Mitteleuropa geschaffen.

Wien, im Mai 2003

Der Vorstand



Karl Unger

Mitglied des Vorstands

Informationstechnologie
und Kundenservice

Dr. Gottfried Wanitschek

Mitglied des Vorstands

Kapitalveranlagung,
Beteiligungen,
Immobilienverwaltung,
Rechtsangelegenheiten
und Allgemeine Verwaltung

Dr. Konstantin Klien

Generaldirektor

Konzernsteuerung,
Vertriebspolitik,
Personal,
Marketing,
Kommunikation,
Aktuariat und Revision

Mag. Hannes Bogner

Mitglied des Vorstands

Konzernrechnungswesen,
Controlling,
Kapitalveranlagung
(Back-Office)
und Investor Relations

Dr. Andreas Brandstetter

Mitglied des Vorstands

Internationales Geschäft
und Direktvertrieb

Unternehmensprofil

Die UNIQA Group Austria ist eine der führenden Versicherungsgruppen Mitteleuropas und vereint bewusst österreichische Identität mit europäischem Format. Der Konzern beschäftigte im Jahr 2002 mehr als 6.500 MitarbeiterInnen und erwirtschaftete ein Prämienvolumen von rund 2,7 Mrd. €. Die UNIQA Gruppe bietet ihre Produkte und Dienstleistungen über alle Verkaufsschienen (eigene Mitarbeiter, Makler und Generalagenturen, Banken- und Direktvertrieb) an. UNIQA ist in allen Versicherungssparten tätig, in Österreich klarer Marktführer in der Personenversicherung und einer der größten Sachversicherer des Landes.

Unter dem Dach der börsennotierten Konzernholding UNIQA Versicherungen AG operieren in Österreich die UNIQA Sachversicherung AG, die UNIQA Personenversicherung AG, die Raiffeisen Versicherung AG, die Salzburger Landesversicherung AG, die CALL DIRECT Versicherung AG, die Financelife Lebensversicherung AG (vormals MLP Österreich) sowie Service- und Finanzgesellschaften. Die UNIQA Versicherungen AG ist der zentrale Rückversicherer der operativen Gesellschaften des Konzerns.

Die Unternehmensstruktur des führenden österreichischen Versicherungskonzerns steht für neue Maßstäbe im gesamten Versicherungsspektrum. Sie unterscheidet die Bereiche Holdingfunktionen, Kompetenzzentren sowie Regionen. Die Holding agiert als Serviceprovider des Konzerns und trägt die Strategieverantwortung.

Alle in der Holding angesiedelten Bereiche übernehmen zentrale Steuerungs- und Servicefunktionen für die in- und ausländischen operativen Versicherungstöchter, um Synergieeffekte nutzen zu können.

In den Kompetenzzentren werden die versicherungstechnischen Kernkompetenzen sparten- bzw. vertriebsorientiert gebündelt und konzernweit geführt.

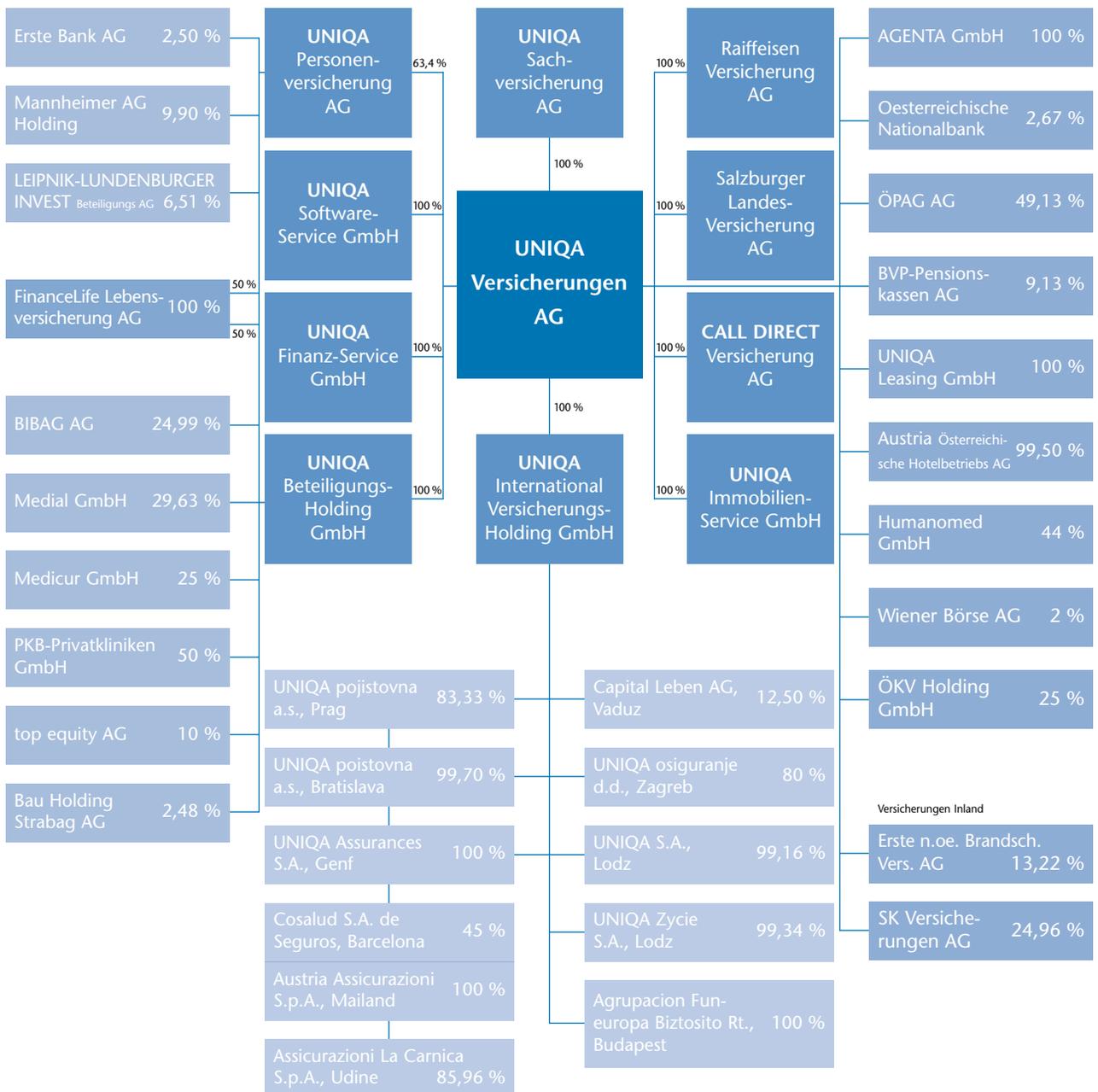
Den Regionen kommt innerhalb der Konzernstruktur große Bedeutung zu. Die Auslandsgesellschaften und die österreichischen Landesdirektionen haben weit reichende lokale Kompetenzen und tragen die volle Verantwortung für die operativen Vertriebsergebnisse.

Dabei ist es für die UNIQA Gruppe, die langjährige Erfahrung auf dem ost- und mitteleuropäischen Versicherungsmarkt hat, wichtig, dass alle Gesellschaften, die sich im In- und Ausland der Gruppe anschließen, die lokale Identität nicht verlieren. Aufgabe des Konzerns ist es, Werkzeuge zu schaffen, die es unter Nutzung der Synergien gleichzeitig erlauben, den lokalen Besonderheiten und Bedürfnissen zu entsprechen.

Die UNIQA Group Austria ist ein Konzern mit starker internationaler Ausrichtung und nimmt die sich auf den europäischen Märkten bietenden Chancen offensiv wahr. Zurzeit ist UNIQA durch die UNIQA International Versicherungs-Holding GmbH mit Tochterunternehmen in Italien, Kroatien, Liechtenstein, Polen, Schweiz, Slowakei, Spanien, Tschechien sowie Ungarn vertreten.

Konzernorganigramm

Stand: 31. Dezember 2002





Wer hoch hinauswill, sollte rechtzeitig für eine verlässliche Absicherung seiner Risiken Sorge tragen. Dieser Leitsatz gilt für unsere Kunden ebenso wie für uns als international tätiges Versicherungsunternehmen.



Kunden

Die Komplexität der europäischen Versicherungsmärkte hat im äußerst schwierigen Jahr 2002 weiter zugenommen. Erfolgreich sein können nur noch Unternehmen, denen die Kombination eines zeitgemäßen Produktportfolios mit hochqualitativem Kundenservice gelingt. UNIQA war 2002 erfolgreich. Dazu haben umfassende Optimierungsmaßnahmen im Bereich des Customer Relationship Managements ebenso beigetragen wie zahlreiche Produktinnovationen.

und Märkte

Neue Strategie zeigt Erfolge

89 %

der österreichischen Bevölkerung kennen UNIQA. Bei den Kunden sind es sogar 100 %. Die Bekanntheit ist im letzten Jahr weiter gestiegen.

UNIQA bewährt sich 2002 auch in schwierigem Umfeld

Unser Erfolgsrezept auf den Versicherungsmärkten ist im Kern ganz einfach. Wir wollen die Standards für Finanzdienstleistungen, für Qualität bei Produkten und Service für die Kunden, bei der Schaffung moderner Ablauforganisationen und der Qualifikation und Weiterbildung der MitarbeiterInnen setzen.

Durch die konsequente Umsetzung dieser Vorhaben haben wir UNIQA in kürzester Zeit als größten Assekuranzkonzern in Österreich und zugleich eine der in Mittel- und Osteuropa führenden Versicherungsgruppen etabliert.

Nun wollen wir auch die Früchte der Aufbauarbeit ernten. Wir haben 2002 eine neue, moderne und teamorientierte Organisationsstruktur auf der Grundlage einer langfristigen Unternehmensstrategie implementiert. Sie fokussiert auf eine energische Kontrolle der Kosten, die Optimierung der Effizienz und überdurchschnittlich hohes rentables Wachstum.

Das Instrument, diese Strategie zu konkretisieren und zielführend in die Praxis umzusetzen, ist die im vergangenen Jahr eingeführte UNIQA Scorecard. Ein Werkzeug, mit dem wir für alle Unternehmensbereiche detaillierte Ziele klar definieren, Aktivitäten und Aktionen zur Erreichung der Ziele festlegen und die Ergebnisse laufend überprüfen. Ihre erste Bewährungsprobe hat unsere neue Strategie im vergangenen Jahr in einem äußerst schwierigen wirtschaftlichen Umfeld bestanden.

Zufriedenheit der Kunden des ExklusivVertriebs

Der ExklusivVertrieb als Stammvertrieb mit dem größten Portefeuilleanteil hat bereits das vierte Jahr eine Steigerung im Bestandswachstum erzielt. Mit einem Plus von 5,3 % im abgelaufenen Geschäftsjahr liegt unser ExklusivVertrieb sogar über dem Marktwachstum. Im gleichen Zeitraum haben wir zusätzlich 124 Vertriebseinheiten ausgebaut, um die über 1 Mio. Kunden im Sinne unserer Strategie garantiert betreuen zu können.

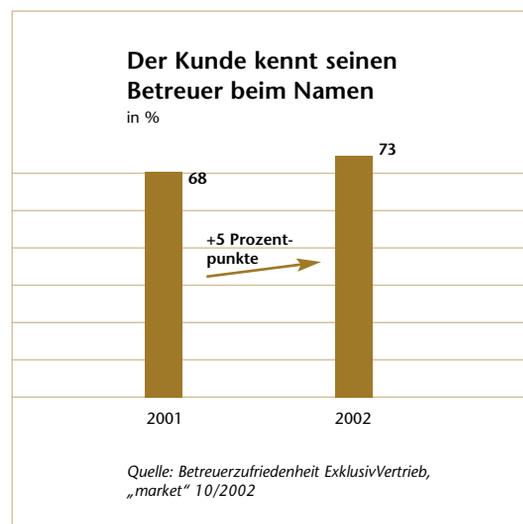
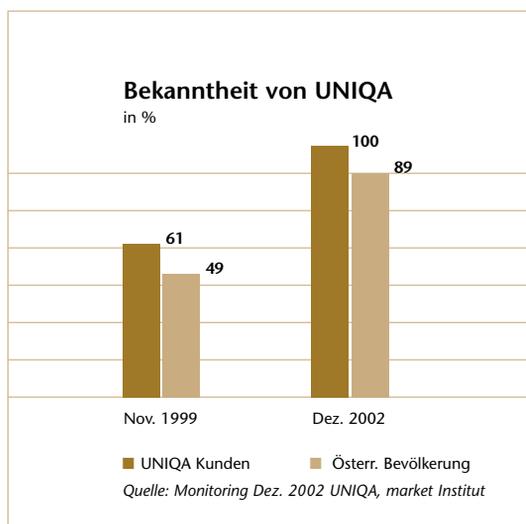
Bereits zum zweiten Mal wurde die Betreuungszufriedenheit unserer Kunden durch mehr als 15.000 Interviews analysiert. So haben wir 2002 messbare Erfolge erzielt in unseren Anstrengungen, die Beziehungen zu unseren Kunden zu festigen und weiter zu optimieren. Mehr als vier von fünf Kunden erteilen ihrem UNIQA Exklusiv-Betreuer Bestnoten. Sie bewerten die Beratung als objektiv. Der Grund: Vor- und Nachteile werden gleichermaßen erwähnt. Nicht zuletzt dadurch vermitteln unsere Betreuer den Kunden das Gefühl, bei UNIQA in guten Händen zu sein.

In der Beratung durch unsere Betreuer ist der gute und möglichst regelmäßige Kontakt zu unseren Kunden entscheidend. Bei den Kunden führte die überproportionale Steigerung der Betreuungsaktivität zu einer deutlich besseren Beurteilung der Beratungsleistung. Auch das Wissen der Kunden, wer ihr Betreuer ist, konnten wir steigern und damit einen weiteren Schritt zur Kundenbindung einleiten. Mit der „Garantie Aktivbetreuung“ haben wir somit eine beachtliche Differenzierung von der Konkurrenz geschaffen und die Zufriedenheit unserer Kunden gesteigert.

Hohes Lob für Freundlichkeit unserer MitarbeiterInnen

Die bereits überdurchschnittlich hohe Zufriedenheit unserer Kunden ist ferner durch unsere permanenten Anstrengungen zur Verbesserung von Service und Schadenabwicklung weiter gestiegen. Nach einer Umfrage erhielt unser Service auf einer Skala zwischen 1 und 5 insgesamt die Note 1,36. Dabei sind 74 % der Kunden mit der Qualität unserer Service Center und fast 82 % mit der Erreichbarkeit unserer MitarbeiterInnen vollkommen zufrieden. Rund 75 % loben die Schadenabwicklung, vor allem die dabei erlebte Freundlichkeit.

Positiv verstehen wir aber auch die Kritik unserer Kunden und haben gelernt, damit professionell umzugehen. Beschwerden, die zum Beispiel im Schadenfall schon vorkommen, betrachten wir nicht als lästige Nörgelei. Sie sind für uns eine „kostenlose Betriebsberatung“. Weisen Beschwerden doch meist auf Schwachstellen in der Ablauforganisation oder im persönlichen Umgang mit dem Kunden hin.



Die neue Werbekampagne mit dem Key Visual „Vor mir ein ganzes Leben“ punktet in TV und Print und stellt erfolgreich Zukunftsorientierung, Qualitätsanspruch und Vertrauen in den Mittelpunkt.



Kampagnen

Pionier eines modernen Beschwerdemanagements

Aus diesem Grund haben wir im Herbst 2002 ein umfassendes Beschwerdemanagement mit einem voll integrierten IT-System installiert. Dieses System standardisiert die Behandlung von Unmutsäußerungen der Kunden – von der strukturierten Erfassung und der professionellen Bearbeitung bis zur transparenten Auswertung des Vorgangs. Ein hochmodernes Instrument, um aus unzufriedenen wieder zufriedene UNIQA Kunden zu machen und die dabei gewonnenen Informationen zur Verbesserung unseres Leistungsspektrums zu nutzen.

Qualität ist einer unserer zentralen Unternehmenswerte. Im Kampf um die Märkte von morgen löst die Markenqualität die Imagequalität der Produkte mehr und mehr ab. Die hohe Attraktivität unserer Marke UNIQA wird damit zu einem entscheidenden wettbewerbsrelevanten Faktor. Die Spitzenwerte, die wir auf dem österreichischen Markt dabei erreichen, haben wir im vergangenen Jahr weiter verbessert.

Vorsprung als Top-Marke ausgebaut

Wir sind nach der neuesten Befragung unverändert klar die Marke mit der größten Bekanntheit und Innovationskraft in der österreichischen Assekuranz. Den Vorsprung als Top-Unternehmen hat UNIQA erfolgreich ausbauen können. Sowohl in der Sympathie und emotionalen Bindung als auch mit unserem guten Service erreichten wir 2002 neue Bestmarken. Mit wachsender Vertragstreue hat sich der Abstand in der Markenloyalität zur Konkurrenz weiter vergrößert: ein unschätzbares Unternehmensasset für die weitere Expansion unserer Gruppe.

UNIQA engagiert sich in Kultur und Sport

Ausgesuchtes Sport- und Kultursponsoring verstehen wir als festen Bestandteil unserer Unternehmenskultur, mit dem wir zugleich die Bekanntheit unserer Marke verbessern und deren Image als Inbegriff für Qualität im Bewusstsein der Öffentlichkeit noch tiefer verankern.

UNIQA sponsert den Weltmeister

Olympiasieger und Weltmeister Stephan Eberharter brachte im Sportsponsoring durch seine Erfolge sehr gute Präsenzwerte und wird auch in der Werbeerinnerung hervorragend mit UNIQA in Verbindung gebracht. Als VitalCoach gab Stephan Eberharter in einer Cross-Media-Kampagne im Frühjahr 2002 sowie in der sechsteiligen Fernsehserie „Winterfit mit Stephan Eberharter“ Tipps zur optimalen Vorbereitung auf den Skiwinter.

Wir haben uns für das Sponsoring des österreichischen Skiverbandes entschieden, da Eigenschaften, die den alpinen Skirennsport auszeichnen, wie Dynamik, Innovation und die starke Ausrichtung auf Sicherheit ebenso wie das Image-Item „Erfolg“, ausgezeichnet zu UNIQA passen.

Unsere Partnerschaft mit dem Radsport hat Tradition. So ging die österreichische Nationalmannschaft bei der Tour d'Autriche 2002 wieder mit dem UNIQA Unternehmenslogo an den Start. Auch das zweite bedeutende Radrennen in Österreich, das UNIQA Classic, trug erneut unseren Unternehmensnamen.

UNIQA sponsert Champions-League-Teilnehmer

Seit Juli 2002 ist unsere tschechische Schwwestergesellschaft UNIQA pojistovna ein Hauptpartner des historisch erfolgreichsten und auch bekanntesten tschechischen Fußballvereins AC Sparta Prag, der regelmäßig in den europäischen Wettbewerben vertreten ist. Die Verbindung von UNIQA mit dem populärsten Fußballklub ermöglicht eine breite Präsenz unserer Gesellschaft in der Öffentlichkeit. Neben dem visuellen Auftritt im Stadion haben wir auch die Möglichkeit, einzelne Spieler bei verschiedenen UNIQA Events oder für Werbezwecke der Gesellschaft einzusetzen.



Mit Sportsponsoring schaffen wir nicht nur hervorragende Präsenz, sondern auch positiven Imagetransfer.



Kunstsporing auf höchstem Niveau unterstützt unsere Position als Nr. 1 in der Kunstversicherung.



UNIQA als Partner der Salzburger Festspiele

Breiteste Zustimmung fand der Einstieg von UNIQA als einer der Hauptsponsoren der Salzburger Festspiele. Durch einen Dreijahresvertrag sicherten wir uns damit ein Kultursponsoring mit Schwerpunkt Musik auf höchstem Niveau. Qualität, Innovation und Internationalität sind das gemeinsame Band, das uns mit den Salzburger Festspielen verbindet.

UNIQA will mit diesem Engagement neue, innovative Produktionen in Salzburg fördern. Wir helfen den Festspielen mit gemeinsamen Veranstaltungen und Presseauftritten in unseren Zielmärkten von Mittel- und Osteuropa zugleich dabei, zunehmend jüngeres Publikum in diesen Ländern anzusprechen.

Kunst hat in unserem geschäftlichen Alltag einen festen Platz. So sind seit Mitte 2002 die wertvollen Musikinstrumente der Wiener Philharmoniker bei uns gegen alle Risiken von Diebstahl, Verlust und Beschädigung bis zur völligen Zerstörung auch auf Auslandstourneen des Orchesters versichert. Weiters sind wir der Versicherungspartner des traditionellen Wiener Opernballs.

Innovative Kunstversicherung für Privatsammler

Für passionierte Privatsammler von Collectibles – ob wertvolle Möbel, Gemälde, Skulpturen, Glas oder Bücher – haben wir 2002 einen anspruchsvollen Versicherungsschutz entwickelt. Die Polize „Kunst & Leidenschaft“ bietet kunsthistorischen Service unserer Experten und kombiniert fachmännische Betreuung und Dokumentation mit einer erweiterten All-Risk-Deckung.

Unser kulturelles Engagement haben wir mit einer neuen Form des Social Sponsorings, verbunden. Durch das im Rahmen der Salzburger Festspiele 2002 erstmals veranstaltete einwöchige „UNIQA College for Journalists“ werden neue Brücken zu Kulturinteressierten in anderen Ländern geschlagen. Nachwuchsjournalisten aus Osteuropa haben wir dabei mit dem von kommunikationswissenschaftlichen Vorträgen begleiteten Praxisseminar die Möglichkeit geboten, Einblick in die verschiedenen Bereiche des kulturellen Großereignisses in Salzburg zu nehmen. Ein innovativer Beitrag, um die Festspiele einem breiteren Publikum auch in unseren osteuropäischen Zielländern zugänglich zu machen. Auf Grund des großen Interesses und der zahlreichen Bewerbungen im Vorjahr startet UNIQA 2003 erneut diese Ausbildungsoffensive.

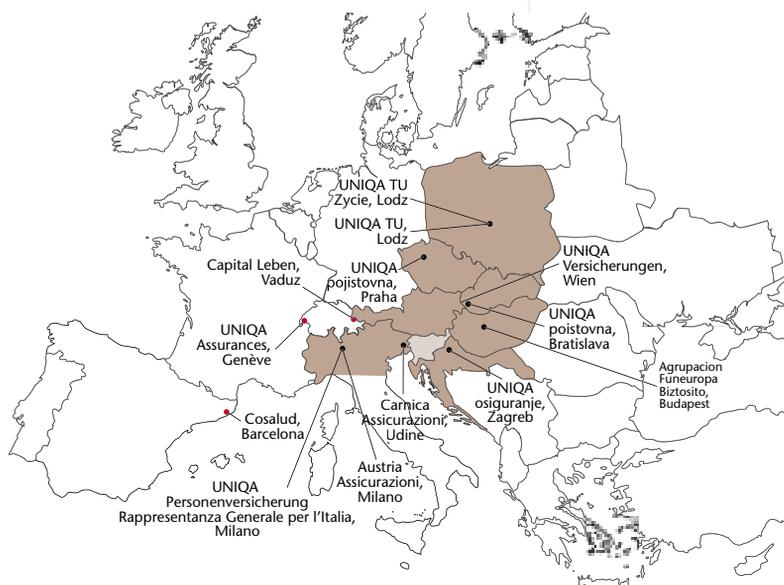
UNIQA – ein mitteleuropäisches Versicherungsunternehmen

Ausbau der Brückenköpfe in Mitteleuropa

Mitteleuropa betrachten wir als unseren strategischen Wachstumsmarkt von morgen. Wir haben unser dortiges Engagement daher 2002 durch eine Neuakquisition verstärkt, und die Umfirmierung unserer bereits bestehenden Tochtergesellschaften auf den Konzernnamen UNIQA wird bereits im laufenden Geschäftsjahr abgeschlossen. Mit dem einheitlichen Marktauftritt unter der gemeinsamen Konzernflagge werden wir auch unsere Unternehmenskultur in den Zielländern Mitteleuropas voll implementieren.

Jüngstes Mitglied der UNIQA Familie ist die Agrupacion Funeuropa Biztosito in Ungarn. Nachdem wir Ende 2000 aus konzernstrategischen Gründen eine Minderheitsbeteiligung an der ungarischen Tochter der Signal Iduna verkauft hatten, sind wir nun wieder im dortigen Markt präsent und wollen mit höchster Kosteneffizienz punkten. Funeuropa ist erst seit 1999 mit einem Netz von über 200 Vertretern und einem straffen Innendienst im Vertrieb von Sterbe-, Kranken- und Unfallversicherungen in Ungarn tätig. Derzeit werden rund 30.000 Kunden betreut. Die Prämieinnahmen stiegen 2002 um 44 % und damit mehr als doppelt so schnell wie im Marktdurchschnitt.

Im Dezember 2002 erfolgte der Erwerb der AXA Österreich durch unsere Kernaktionäre. Im Rahmen der Transaktion ist vorgesehen, die AXA Österreich mit den Tochtergesellschaften in Ungarn und in Liechtenstein bereits im laufenden Geschäftsjahr an die UNIQA Gruppe zu übertragen. Derzeit erfolgt die kartellrechtliche Prüfung.



Der zentrale Firmensitz unserer
in 2003 umbenannten polnischen
Tochtergesellschaft in Lodz.



Zehn

Länder versorgt UNIQA mit
Versicherungsleistungen:

Österreich
Italien
Kroatien
Polen
Schweiz
Slowakei
Tschechien
Ungarn
Spanien
Liechtenstein

Detailinformationen erhalten
Sie im Konzernorganigramm
auf der Seite 11.

Unverbindliches Angebot für slowenische Versicherungen

Mit Ende März haben wir ein nicht bindendes Offert für die mehrheitliche Übernahme der beiden slowenischen Versicherungen Slovenica und Adriatic abgegeben. Die beiden privaten Versicherungen halten gemeinsam einen Marktanteil von rund 14 % am weit entwickelten und überschaubaren slowenischen Versicherungsmarkt. Im nächsten Schritt werden die Angebote von dem mit der Abwicklung beauftragten Investmenthaus geprüft und eine „Shortlist“ erstellt. Die Wirtschaftlichkeit eines solchen Projektes lässt sich natürlich erst nach einer Detailprüfung konkret beurteilen.

Die 15 Versicherungsunternehmen, die auf dem slowenischen Versicherungsmarkt vertreten sind, erwirtschafteten 2001 Prämien in der Höhe von 1,1 Mrd. € (+19,3%). Die Ausgaben für Versicherungen pro Kopf liegen zwar mit 522 € deutlich unter den EU-Werten (Ö: 1.443 €), sind aber in Zentral- und Osteuropa im oberen Bereich. Trotz des bedeutenden Wachstums in den letzten Jahren birgt der Markt mit rund zwei Millionen Einwohnern noch großes Potenzial, vor allem im Bereich der Lebensversicherung. Als Vorbereitungsmaßnahmen für einen baldigen EU-Beitritt sind die staatlichen Rahmenbedingungen bereits weitgehend EU-Standards angeglichen worden.

Für die UNIQA Group Austria, die langjährige Erfahrung auf dem ost- und mitteleuropäischen Versicherungsmarkt hat, ist es wichtig, dass alle Gesellschaften, die sich im In- und Ausland der Gruppe anschließen, die lokale Identität nicht verlieren. Auch für Slowenien kommt – im Falle des Erwerbs – für UNIQA nur eine sehr stark mit dem Land und den lokalen Institutionen verflochtene Lösung in Frage. Auch in den anderen Ländern sind wir immer den partnerschaftlichen Weg gegangen und haben die allerbesten Erfahrungen damit gemacht.

Ungarn mit großem Potenzial trotz hoher Konzentration

Ungarn gilt als gut entwickelter Versicherungsmarkt mit hohem Konzentrationsgrad und einer Präsenz von 22 Aktiengesellschaften vorwiegend im Besitz internationaler Finanz- und Versicherungskonzerne. Die sechs größten Unternehmen besitzen rund 87 % des Markts. Er bietet in Zukunft dennoch enorme Expansionschancen.

Wir wollen mit Cross-Selling, dem Ausbau des Versicherungsangebots durch unsere innovativen Produkte und dem Einstieg ins Lebensversicherungsgeschäft das hohe Wachstums- und Ertragspotenzial durch unser ausländisches Know-how nutzen. Der ungarische Lebensversicherungsmarkt entwickelte sich 2002 weiterhin dynamisch. Die Prämieinnahmen stiegen – insbesondere durch die mit einem Plus von 26,3 % expansive fondsgebundene Lebensversicherung – um insgesamt 19,2 %. Auch die Sachversicherung legte mit einer Zunahme der Prämie in der Kfz-Haftpflicht von 16,7 % und in der Kasko von 17 % kräftig zu.

Unter Berücksichtigung einer möglichen Übernahme der AXA Tochtergesellschaft streben wir in Ungarn einen Marktanteil von zunächst 6 % an. Die Umfirmierung der Funeuropa auf UNIQA soll 2003 stattfinden.

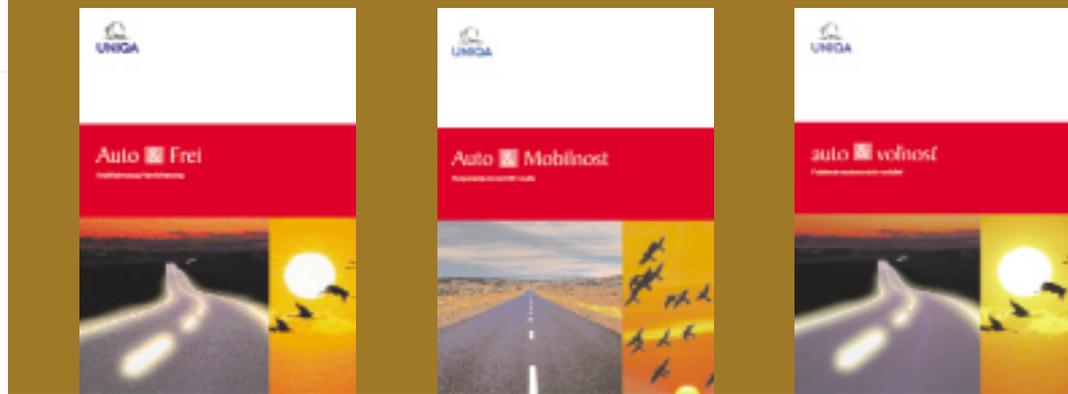
Konzernflagge weht demnächst auch in Polen

Mitte vergangenen Jahres fiel der Beschluss, nun auch unsere beiden Tochtergesellschaften in Polen umzubenennen. Im Laufe des Jahres 2003 werden die Polonia S.A. als UNIQA S.A. und deren Lebensversicherungstochter als UNIQA Zycie S.A. operieren. Die Polonia wurde 1990 als erstes privates Versicherungsunternehmen Polens gegründet und von UNIQA im Juni 2001 übernommen. Heute zählt die Gesellschaft mit einem jährlichen Prämienvolumen von zuletzt 74,8 Mio. € zu den Top Ten der polnischen Versicherungswirtschaft.

Das Kerngeschäft der UNIQA S.A. ist – entsprechend der Dominanz dieser Sparte im insgesamt etwas langsamer wachsenden Gesamtmarkt – das Kfz-Geschäft. Die UNIQA S.A. verbesserte die Prämieinnahmen 2002 um 4,7 %, die ausbezahlten Entschädigungen sanken um 0,6 %. Die Lebensversicherungstochter legte um 0,6 % zu und kam auf eine Jahresprämie von 1,20 Mio. €. Wir werden das Angebot mit neuen Produkten vor allem aus dem Bereich der Personenversicherungen verbreitern. Unseren Marktanteil in Polen wollen wir in den nächsten Jahren auf rund 3 % ausbauen.

Tschechische Tochter wächst überdurchschnittlich

Die Versicherungswirtschaft in Tschechien war durch die Flutkatastrophe im August 2002 mit Schäden von rund einer Milliarde Euro belastet. Die Prämien für die Rückversicherung und dadurch insbesondere auch für industrielle und gewerbliche Risiken haben sich



dadurch deutlich verteuert. Der Markt stand vergangenes Jahr im Zeichen einer Bereini-
gung durch verschiedene Bestandsübertragungen und der Vorbereitung auf das Ende der
dreijährigen Kfz-Haftpflichtprämienregulierung Anfang 2003.

Unsere tschechische Tochter UNIQA pojistovna mit über 560 Mitarbeitern wächst weiter
überdurchschnittlich mit einer Prämiensteigerung von über 42 %. Wir haben unsere Ver-
triebskapazitäten in Tschechien durch den Aufbau eines eigenen Strukturvertriebs
erweitert, das Pilotprojekt Agentur fortgeführt und den Kfz-Bestand saniert. Ferner arbei-
ten wir daran, die IT-Struktur zu verbessern. Unseren Marktanteil von derzeit rund 2 %
wollen wir in den nächsten Jahren auf zumindest 3 % erhöhen.

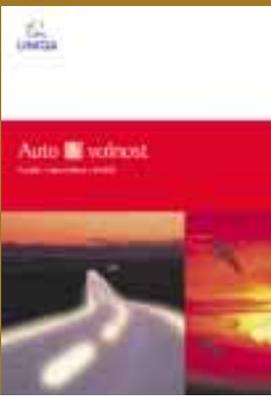
Slowakei mit qualitativer Expansion

Die Dynamik der Versicherungswirtschaft in der Slowakei hat vor allem im langjährigen
Wachstumssegment Lebensversicherung nachgelassen. Ein harter Wettbewerb in der
Kfz-Kasko- und der Industrieversicherung belastet die Schadenquoten und bremst die
Expansion. Die Demonopolisierung der Kfz-Versicherung Anfang 2002 führte zu einer
Umverteilung der Marktanteile. Nach der Verabschiedung eines neuen Versicherungs-
gesetzes, das die EU-Richtlinien vollständig berücksichtigt, hat eine weitere Konzentration
eingesetzt.

Trotz einer konservativen Zeichnungspolitik von Kraftfahrzeugrisiken und der dadurch
gezielten Wachstumsbremsung in diesem Bereich konnte unsere slowakische Konzern-
tochter UNIQA poistovna mit 310 Beschäftigten und mit einer vorgeschriebenen Jahres-
prämie von insgesamt 30 Mio. € eine Steigerung von rund 33 % erzielen. Wir wollen
durch neue Aktivitäten jedoch für zusätzliche Expansion sorgen: durch die Kooperation im
Bankenvertrieb mit der Tatra-Bank (siehe Kapitel „Unternehmen und Erträge“, Seite 52),
Einführung eines IT-gestützten Verkaufssystems für Kundenberater und einer fonds-
gebundenen Lebensversicherung. Unseren Marktanteil von über 3 %, mit dem wir in der
Slowakei derzeit die sechstgrößte Versicherung sind, werden wir bis 2005 auf etwa 5 %
erhöhen.

Kroatische Lebensversicherung boomt

Die anhaltende Expansion der kroatischen Assekuranz hält an. Der Markt ist im vergan-
genen Jahr vor allem auf Grund der anhaltenden Dynamik im Lebensversicherungsgeschäft
– der Prämienanteil ist mit 18,3 % allerdings noch gering – um 9,3 % gewachsen. Durch
Neugründungen und verstärkte Konzentrationstendenzen hat die mit Abstand größte,



Mit einem einheitlichen Marktauftritt in Europa runden wir unsere länderübergreifende Produktstrategie ab. Auch in den Verkaufsunterlagen ist eine einheitliche Handschrift erkennbar.

staatliche Gesellschaft, deren Privatisierung vorerst gescheitert ist, ihre marktbeherrschende Stellung verloren. Gesetzliche Neuregelungen schränken die Expansionsmöglichkeiten der Privatversicherer in den Bereichen Kranken- und Unfallversicherung deutlich ein.

Das boomende Geschäft unserer kroatischen Tochtergesellschaft UNIQA osiguranje in der Lebensversicherung, das einen Anteil am Versicherungsbestand von 68 % erreichte, trug entscheidend zum Anstieg der abgegrenzten Prämieinnahmen um 97,1 % bei. Wir treiben unsere Expansion durch die verstärkte Kooperation mit der Raiffeisen-Gruppe in Kroatien, die Einführung neuer Produkte für den Bankenvertrieb und den Ausbau der Vertriebskanäle besonders im gebundenen Vertrieb entschlossen voran. Unseren Marktanteil von derzeit unter einem Prozent wollen wir durch das hohe Wachstumstempo in wenigen Jahren auf 3 % vergrößern.

Anhaltend kräftige Expansion in Italien

Doch auch im Süden Mitteleuropas expandieren wir weiterhin kräftig. Italien erweist sich insbesondere in der Lebensversicherung als unverändert wachstumsstarker Zukunftsmarkt. Die Prämieinnahmen in der Lebensversicherung erhöhten sich 2002 äußerst kräftig um 27 %. Ihr Anteil an den gesamten Einnahmen der italienischen Assekuranz stieg bei sinkender Bedeutung der fondsgebundenen Lebensversicherung weiter auf 63 %. Das Non-Life-Geschäft wuchs um 8,5 %. Die Konzentration der Branche hat sich fortgesetzt.

Wir wollen das hohe Wachstumspotenzial des italienischen Marktes für die anhaltend starke Expansion unserer beiden Tochtergesellschaften La Carnica und Austria nutzen. Sie steuern bereits rund 13 % zum Konzernergebnis bei und gehören zu den profitabelsten Unternehmen von UNIQA. Carnica baute 2002 mit einer bemerkenswerten Zuwachsrate von 38 % den Marktanteil im Nichtlebensgeschäft aus und erweiterte das eigene Vertriebsnetz auf 66 Generalagenturen in Norditalien. Auch die in der Krankenversicherung tätige Austria Assicurazioni expandierte mit 5,5 % kräftiger als der Markt.

Beide Gesellschaften wollen ihre EDV-Systeme 2003 zusammenlegen, eine regionale Scorecard entwickeln und ihren Webauftritt vereinheitlichen. Austria wird ferner neue Produkte einführen und ihre Firmierung im laufenden Geschäftsjahr auf UNIQA umstellen. Der Auftritt der Carnica wird bei unveränderter Firmierung eng an UNIQA angepasst.

2.026

Vertriebseinheiten (angestellte Vermittler und Agenten) waren Ende 2002 für UNIQA im Inland tätig. Im Bereich der Agenturen konnten wir gegenüber dem Vorjahr 67 Einheiten zubauen.

Erfolg durch Cross-Selling ...

Den Herausforderungen auf den noch sehr heterogenen Märkten Mitteleuropas begegnen wir mit einer klaren Positionierung als Qualitätsversicherer mit hoher Serviceleistung und Orientierung am Kunden. Unseren mittel- und langfristigen Erfolg gründen wir auf einer klaren Zielstruktur im Vertriebswegemix und einem konzerneinheitlichen Vertriebscontrolling für alle Schwestergesellschaften. Diese Zielstruktur basiert auf einer funktionalen Gliederung im Bestandsaufbau und Cross-Selling durch Außendienst, Agenten und Makler sowie der Gewinnung neuer Kunden durch interne und externe Vertriebsgesellschaften, Bank- und Leasingpartner sowie Kooperationen.

... und qualifizierte Vollkundenbetreuung

Ein wesentlicher Faktor für den langfristigen Erfolg ist dabei die Einbindung neu gewonnener Kunden in eine qualifizierte Vollkundenbetreuung. Diese Form der aktiven Vernetzung von Vertriebspartnern ist auch eine große Herausforderung für innovative Entlohnungsformen und Vertriebssteuerungssysteme. Die Erfahrungen, die wir beim Aufbau eigener Vertriebsgesellschaften in Kroatien und einem Pilotprojekt in Tschechien gemacht haben, sind eine wichtige Grundlage für weitere im laufenden Jahr geplante Aktivitäten in Polen und der Slowakei.

Auf Grund der dynamischen Entwicklung externer Vertriebsgesellschaften und des Bankvertriebs auf unseren ausländischen Märkten werden wir den Weg der partnerschaftlichen Kooperation weiter beschreiten. Auch bei den externen Vertriebspartnern stehen die Qualität der Beziehung und die gemeinsame Orientierung an langfristiger Kundenbindung im Vordergrund. Gemeinsame Produktinnovationen prägen unsere Zusammenarbeit in diesem Vertriebsweg. Die erfolgreiche Umsetzung von Vollkundenstrategien in Form der QualitätsPartnerschaft in Österreich werden wir mit der Stabilisierung der Vertriebsstrukturen und dem Einsatz innovativer Vertriebsunterstützungssysteme im Ausland fortsetzen.

Mitteleuropa treibt unsere Internationalisierung voran

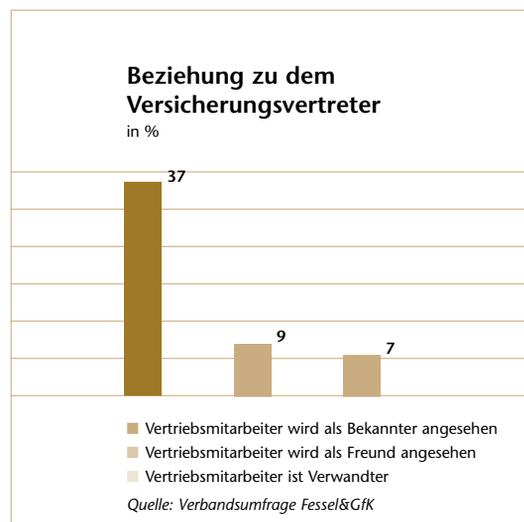
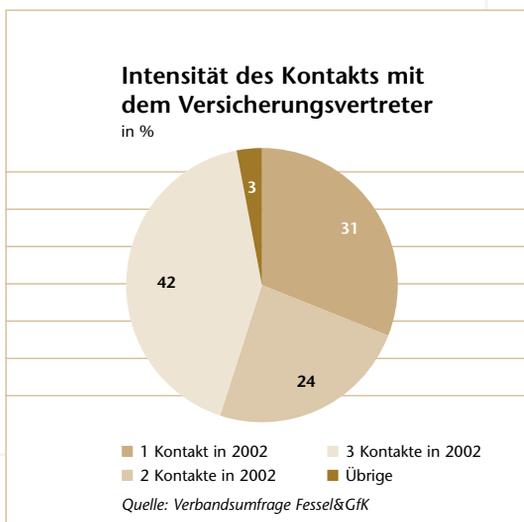
Insgesamt spielen die UNIQA Gesellschaften in Mittel- und Osteuropa eine Schlüsselrolle im Zuge der Internationalisierung unserer Versicherungsgruppe. Mit ihrem überdurchschnittlichen Wachstum tragen sie entscheidend dazu bei, den Anteil der ausländischen Prämien an den gesamten Konzerneinnahmen von derzeit 11,9 % rasch auf den Zielwert von 15 % zu vergrößern. Die für 2005 geplante Zielerreichung werden wir durch überdurchschnittliches, organisches Wachstum sowie durch die bevorstehende Übernahme der AXA Biztosito (vgl. Seite 19) bereits 2003 erreichen.

Dabei müssen wir alle Synergien nutzen. Indem wir zum Beispiel einfache und flexible Produkte entwickeln, die sich an lokale, länder- und vertriebsspezifische Besonderheiten rasch anpassen und europaweit vermarkten lassen. Im vergangenen Jahr haben wir die Vorbereitungsarbeiten für das erste Produkt dieser neuen Generation von „Europa-Produkten“ abgeschlossen.

Erste Europa-Polizze zur Marktreife entwickelt

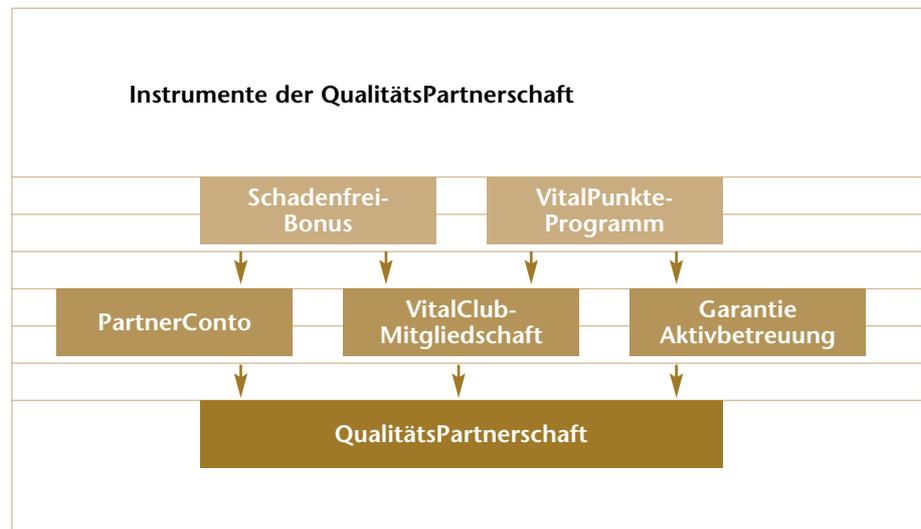
Die Europa-Polizze für die Eigenheim- und Wohnungsversicherung ist marktreif. Es handelt sich um ein einheitliches Produkt mit gleichem Aufbau und gleichem Inhalt für alle Regionen unter Berücksichtigung der länderspezifischen Gegebenheiten. Wir schaffen dadurch für unseren Vertrieb in allen Ländern, in denen wir tätig sind, höchstmögliche Kosteneffizienz und setzen einheitliche mitteleuropäische Qualitätsstandards. Seit Anfang 2003 wird dieses Produkt in Österreich angeboten.

Einen weiteren Schritt auf dem Weg vom produktfokussierten Versicherer zum lösungsorientierten Servicedienstleister haben wir mit unserem in Österreich einzigartigen Leistungspaket im Bereich Service und Betreuung unserer Kunden unter dem Stichwort „QualitätsPartnerschaft“ getan. Es erfüllt die Wünsche einer wachsenden Zahl von Kunden. Nach einer neuen Untersuchung haben schon 45 % der österreichischen Bevölkerung ihre Risikovorsorge konzentriert und sämtliche Versicherungsverträge aus traditioneller Treue oder der persönlichen Beziehung zu einem Vertriebsmitarbeiter bei einer einzigen Gesellschaft abgeschlossen.



Innovative QualitätsPartnerschaft setzt neue Maßstäbe

Diese Kunden wünschen von ihrem Betreuer jederzeit zuverlässige und kompetente Hilfe. Denn sie wollen stets den Überblick über ihren gesamten Versicherungsschutz einschließlich der laufenden Prämienzahlungen behalten. Mit der „UNIQA QualitätsPartnerschaft“ erfüllen wir diesen Bedarf und zugleich unsere hohen Ansprüche an eine moderne und flexible Produktarchitektur. Das innovative Leistungspaket besitzt Alleinstellungsmerkmale und trägt durch die Kombination von Service- und Preisvorteilen dazu bei, Kunden langfristig für uns zu gewinnen.



Auskunftsplattform und finanzielle Drehscheibe dieses innovativen Angebots ist das PartnerConto. Es bietet mehrere Vorteile: Der Kunde hat sein gesamtes Vorsorgebudget einschließlich der regelmäßigen Verschreibungen stets unter Kontrolle und es gibt nur eine einzige Abbuchung für alle Polizen. Einmal im Jahr und bei jeder Vertragsänderung erhält der Versicherte eine Mitteilung mit allen Details über die Zahlungsvorgänge der vergangenen zwölf Monate. Hat der Kunde im vorangegangenen Kalenderjahr keine Schadenleistungen in den Bereichen der Schaden- und Unfallversicherung beansprucht, so überweisen wir ihm einen Bonus auf sein Konto.



Ob aktive Erholung oder einfach nur genießen. Unsere VitalHotels bieten Top-Qualität und speziell für UNIQA Kunden gestaltete Rahmenprogramme – maximaler Erholungswert garantiert.

Mehrwert durch Fitness und Gesundheit inklusive

Damit nicht genug. Mit einer QualitätsPartnerschaft wird jeder Kunde gleichzeitig Mitglied in unserem VitalClub, der Ende 2002 über 760 Tsd. Mitglieder hatte. Unsere Kunden werden dadurch kostenlos über die richtige Gesundheitsvorsorge informiert, sie haben aber auch die Möglichkeit, Fitness im VitalClub oder in Seminaren mit Spitzensportlern zu trainieren. Für seine Treue zu UNIQA erhält jeder Versicherte je nach der Höhe seiner Gesamtprämie so genannte VitalPunkte. Die Anzahl der bestehenden Verträge erhöht die Punktzahl progressiv. Diese VitalPunkte kann er in einem Wellnesshotel mit der Teilnahme an einer Raucherentwöhnung oder einem Wohlfühlprogramm einlösen.

Das Kernstück der QualitätsPartnerschaft, um die Zufriedenheit der Kunden weiter zu verbessern, bildet der Baustein „Aktivbetreuung“, mit dem wir jedem Kunden seinen persönlichen Betreuer und die jährliche Überprüfung seiner Polizen garantieren. Der Betreuer überprüft einmal im Jahr die gesamten Polizen des Kunden, um den aktuellen Deckungsbedarf zu evaluieren und mögliche Versicherungslücken zu ermitteln. Ein Instrument, um zum Beispiel Ärger im Schadenfall durch eine Unterversicherung zu vermeiden. Aber auch eine Chance, den Versicherten auf neue Produkte aufmerksam zu machen und dadurch Kunden, die nur einen Vertrag bei uns unterhalten, zu Vollkunden zu machen.

UNIQA Leasing als Produktbestandteil der QualitätsPartnerschaft

Mit der Gründung der UNIQA Leasing GmbH am 1.1.2003 steuern wir konsequent weiter in Richtung Allfinanzdienstleister unter der Qualitätsmarke UNIQA. „Full Service“ rund ums Auto ist daher auch die Devise unseres neuen Leasingunternehmens. Die Leistungspalette umfasst alle kundengerechten Ausstattungsvarianten – vom klassischen Leasing bis zum kompletten Fuhrparkmanagement. Für Unternehmen mit einem Fuhrpark mit mehr als fünf Fahrzeugen übernimmt UNIQA Leasing vom Einkauf über die Finanzierung bis zum Service sämtliche Dienstleistungen. Zukünftig wird auch UNIQA Leasing ein Produktbestandteil der QualitätsPartnerschaft sein.

Zukunftsmagazin zur Kundenbindung

Das mit dem Entstehen von UNIQA entwickelte eigene Kundenmagazin – Next, das Zukunftsmagazin der UNIQA Group Austria – haben wir seit Jahresmitte 2002 konzeptionell überarbeitet und setzen es nun gezielt als Customer-Relationship-Management-Instrument ein. Dadurch soll die Frequenz des Kontaktes zu unseren Kunden weiter verbessert werden. Inhaltlich konzentrieren sich die Ausgaben auf je ein Hauptthema, z. B. Wellness, Vorsorge, Mobilität. Monatlich verschicken wir an ausgewählte Kundengruppen rund 10.300 Exemplare. Zusätzlich erhalten 120.000 Stammkunden regelmäßig unser Magazin.

UNIQA Produkte für individuelle Bedürfnisse

Berufs- und Erwerbsunfähigkeit auch privat absichern

Weiter optimiert haben wir unseren privaten Versicherungsschutz für Arbeitnehmer, die durch Unfall, Kräfteverfall oder Krankheit berufs- oder erwerbsunfähig werden. Da die staatliche Rente in so einem Fall nicht annähernd reicht, lässt sich der gewohnte Lebensstandard ohne ergänzende Vorsorge nicht aufrechterhalten.

Ein Beispiel

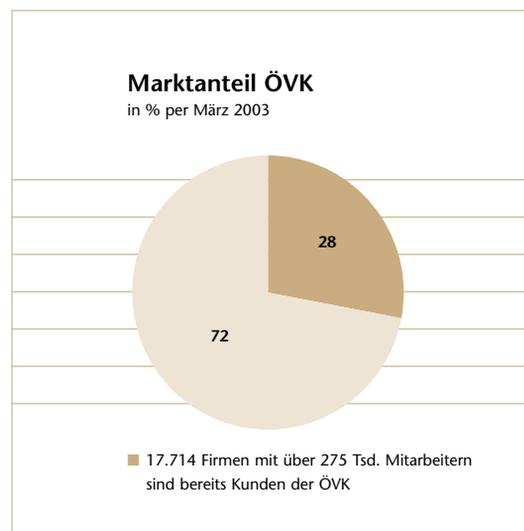
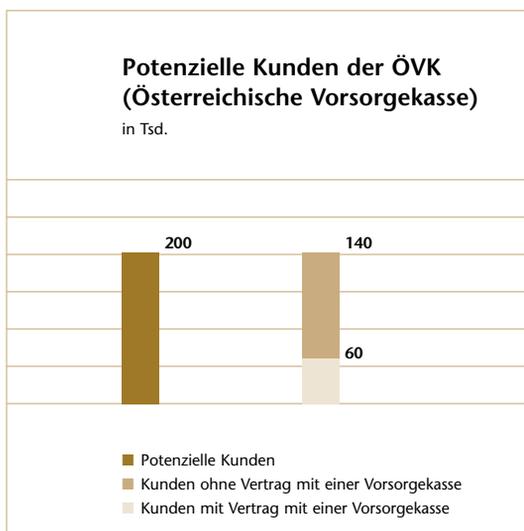
Ein 45-jähriger Techniker mit 25 Versicherungsjahren und einem Monatsnettoeinkommen von 2.350 € wird auf Grund einer chronischen Erkrankung berufsunfähig. Er erhält eine staatliche Berufsunfähigkeitspension von 1.352 € netto im Monat. Seine monatliche Versorgungslücke beträgt 998 €. Hätte er mit 30 Jahren eine Berufsunfähigkeitsversicherung in entsprechender Höhe mit einer Monatsprämie von 127 € abgeschlossen, so bekäme er 14-mal pro Jahr eine Berufsunfähigkeitsrente ausbezahlt und könnte damit diese Versorgungslücke schließen.

Wegen des zunehmenden Bedarfs an diesem privaten Versicherungsschutz hat UNIQA das Angebot, das es bisher nur in Verbindung mit einer Lebensversicherung gab, im vergangenen Jahr um eine eigenständige Berufs- und Erwerbsunfähigkeitspension mit kundenfreundlichen Bedingungen ergänzt. Sie steht auch allen Personen ohne regelmäßiges Einkommen wie Hausfrauen, Studenten und Lehrlingen offen.

„Abfertigung Neu“ für alle Arbeitnehmer

Darüber hinaus wird es immer wichtiger, die finanzielle Vorsorge fürs Alter auf mehrere Fundamente zu stellen. Die zweite Säule der Vorsorge – die betriebliche Zusatzpension – bringt mit dem System der „Abfertigung Neu“ zum 1. Jänner 2003 grundlegende Verbesserungen.

Ein beitragsorientiertes System löst die bisherige Leistungsorientierung ab. Alle 3,1 Millionen Arbeitnehmer in Österreich haben jetzt einen Anspruch auf eine zusätzliche betriebliche Altersversorgung. Zu den Gewinnern gehören insbesondere Arbeitnehmer mit üblicherweise kurzen Dienstverhältnissen wie im Fremdenverkehr. Auch wer selbst kündigt oder wem nach weniger als drei Jahren Betriebszugehörigkeit gekündigt wird, hat Anspruch auf die zweite Pensionssäule.



Zinsgarantie setzt wieder Standards

UNIQA hat die betriebliche Zusatzpension über ihre Spezialgesellschaft ÖVK im Programm und dabei wieder Standards gesetzt. Wir geben als einzige Mitarbeitervorsorgekasse für die ersten drei Jahre nicht nur eine Kapital-, sondern auch eine Mindestzinsgarantie von 3 %. Dies verschafft uns im Markt einen klaren Vorsprung. Erzielen wir mit der Veranlagung der verwalteten Gelder bei wieder freundlicheren Kapitalmarktverhältnissen eine bessere Performance, kommt sie natürlich den Kunden zugute.

Als dritte Säule für die finanzielle Absicherung im Alter bieten wir die Zukunftsvorsorge mit staatlicher Prämienbegünstigung an. Wir verbinden dabei attraktive Ertragschancen mit steuerlichen Vorteilen und einer Kapitalgarantie. Auf die jährliche Prämie für eine UNIQA „GarantiePension“ von bis zu 1.851 € gewährt der Staat eine Zulage von 9,5 % oder maximal 176 €. Darüber hinaus entfallen Versicherungs- und Ertragsteuern.

Pluspunkte auch bei prämierten Altersvorsorge

Steuerfrei bleiben auch Pensionszahlungen nach dem 40. Lebensjahr. Ferner kann schon heute eine lebenslange Rentenzahlung aus den garantierten Kapitaleistungen festgelegt werden. Sie gilt selbst dann, wenn sich die Berechnungsgrundlagen während der Vertragslaufzeit verschlechtern.

Exklusives Kombiangebot für „Golden Ager“

Ein weiteres, im österreichischen Markt einzigartiges Angebot für die Zielgruppe „50+“, von uns Golden Ager betitelt, hat unsere Produktmaschine entwickelt. Es sichert den gewohnten Lebensstandard nach dem Berufsleben und sorgt zugleich für Krisensituationen im Alter vor.

Kern des Kombiprodukts ist eine Lebensversicherung, die zwischen dem 50. und 65. Lebensjahr abgeschlossen werden kann. Daraus kann der Kunde alle fünf Jahre Teilleistungen beanspruchen, die er aber wahlweise auch zum Aufbau einer Altersrente inklusive einer Pflegerente verwenden kann. Verbunden ist in beiden Fällen eine Überleitungs- pflege für maximal 45 Tage im Jahr. Das vielseitige Kombiprodukt beinhaltet umfangreiche Zusatzleistungen wie ärztliche Beratung über unser medizinisches CallCenter, einen jährlichen Gesundheitscheck oder Betreuung durch unsere speziell ausgebildeten UNIQA VitalCoaches, die sich nicht nur um die vitalen Anliegen kümmern, sondern auch im Hinblick auf die Rahmenbedingungen im Leben älterer Menschen, wie z.B. Umbau der Wohnung bei Pflegebedürftigkeit o.Ä., beraten können.

Europas erste Unfallversicherung per SMS

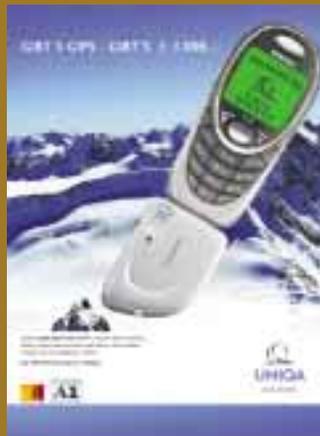
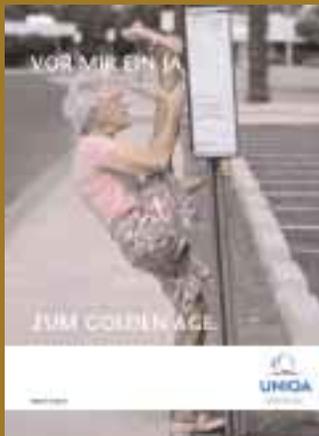
Für Aufsehen sorgte 2002 die UNIQA Group Austria mit ihrem Direktversicherer CALL DIRECT. CALL DIRECT bot in Zusammenarbeit mit Österreichs führendem Mobilfunkbetreiber mobilkom Austria zu Beginn der Skisaison die Möglichkeit, in Europa erstmals per SMS „Gipsgeld“, eine Ergänzung zur Unfallversicherung, abzuschließen. Die verschiedenen Alternativen des Produkts werden bei CALL DIRECT mit dem Versand einer leeren SMS abgerufen. Der Kunde wählt seine Deckung und sofort nach Eingang der Bestätigung per SMS läuft der Versicherungsschutz. Bezahlt wird elektronisch über die A1-Rechnung oder paybox. Ein weiterer Beweis, dass wir zu Recht als Österreichs innovativste Versicherung gelten. Nach der Skisaison wird das Produkt als Freizeitversicherung fortgeführt.

Produkt

Damit nicht genug. Versicherungen bequem und stressfrei von zu Hause abschließen – diese Möglichkeit bieten wir durch eine neue Partnerschaft von CALL DIRECT und Universal Versand. Im neuesten Katalog 2002/2003 machen wir die 1,2 Millionen Universal-Kunden auf drei hochwertige Renten-, Kranken- und Lebensversicherungen aus unserem Hause aufmerksam.

Richtig versichern per Versandhauskatalog

Die hochwertigen Produkte sind klar und übersichtlich gestaltet, bedürfen nur weniger Erklärungen und eignen sich daher gut dafür, die richtige Versicherungs- oder Vorsorge-lösung per Versandhauskatalog daheim in aller Ruhe zu finden. Für individuelle Fragen per Telefon oder E-Mail steht das CallCenter von CALL DIRECT rund um die Uhr zur Verfügung. Wir setzen damit in Österreich wieder einmal den Trend für neue Formen des Vertriebs innovativer Versicherungen.



Mit Produktinnovationen richten wir uns an die bisher im Versicherungsbereich vernachlässigte Zielgruppe „50+“ und beschreiten mit der SMS-Versicherung dem Technologietrend folgend kreative Wege.

innovationen

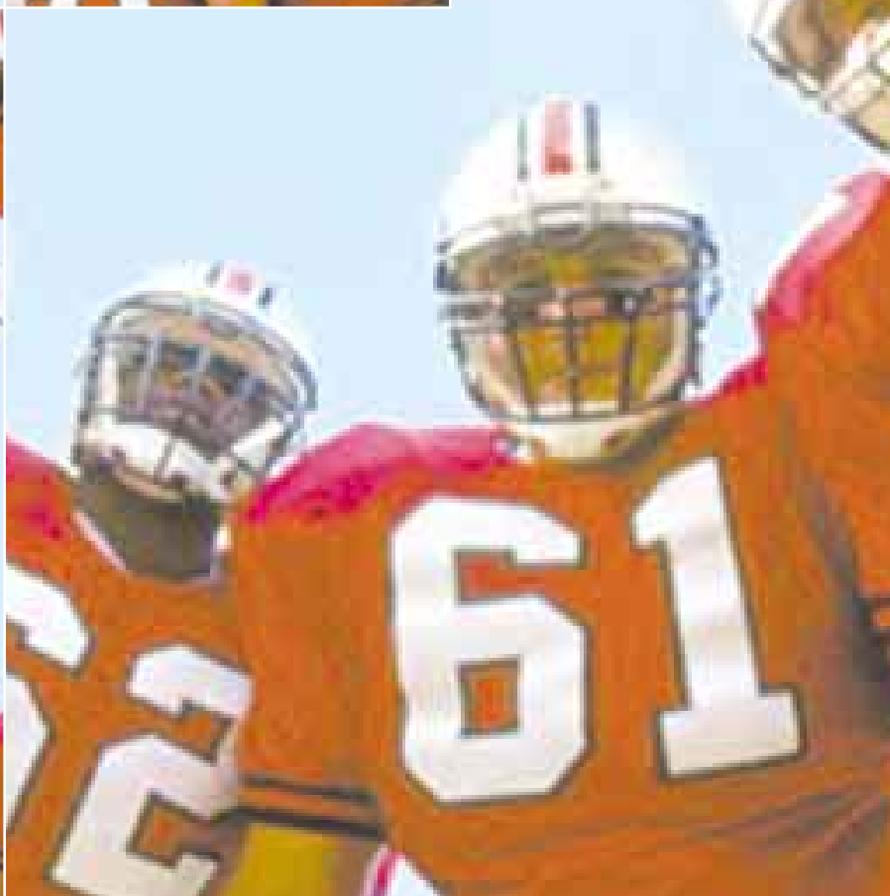
Prozesse

Wir sehen in der modernen Informationstechnologie einen entscheidenden Schlüssel zu höherer Prozesseffizienz und verbessertem Kundenservice. Entsprechend intensiv haben wir im Geschäftsjahr 2002 den Aufbau unserer IT-Konzernarchitektur vorangetrieben. Die Akzeptanz IT-gestützter Prozesse – wie z.B. Kundendaten- oder Kfz-Schadenmanagement – fördern wir sowohl bei unseren Mitarbeitern als auch bei unseren Kunden durch attraktive Anreizsysteme.

und Produkte



Komplexe Abläufe – sekunden-
schnell mit höchster Präzision
ausgeführt. Unser erfolgrei-
ches eBusiness-Modell basiert
auf dem ausgeklügelten Zu-
sammenspiel von jahrelanger
Erfahrung, intelligenter Stra-
tegie und intensivem Training.



Internet und eBusiness treiben Prozessoptimierung

Unsere Innovations- und Ertragskraft haben wir 2002 mit dem forcierten Einsatz der Informationstechnologie und des Internets in allen Unternehmensbereichen deutlich gefestigt. Durch den Aufbau einer effizienten IT-Konzernarchitektur ist es uns gelungen, die Produktivität in der Verwaltung kräftig zu erhöhen, die Schnelligkeit und Qualität unserer Servicedienstleistungen entscheidend zu verbessern wie auch konzernweit noch mehr Synergien zu nutzen. Damit sind uns klare Fortschritte auf dem Weg zu einem kostenoptimalen Unternehmenswachstum gelungen.

Mit der neuen servicebasierten Webarchitektur wollen wir

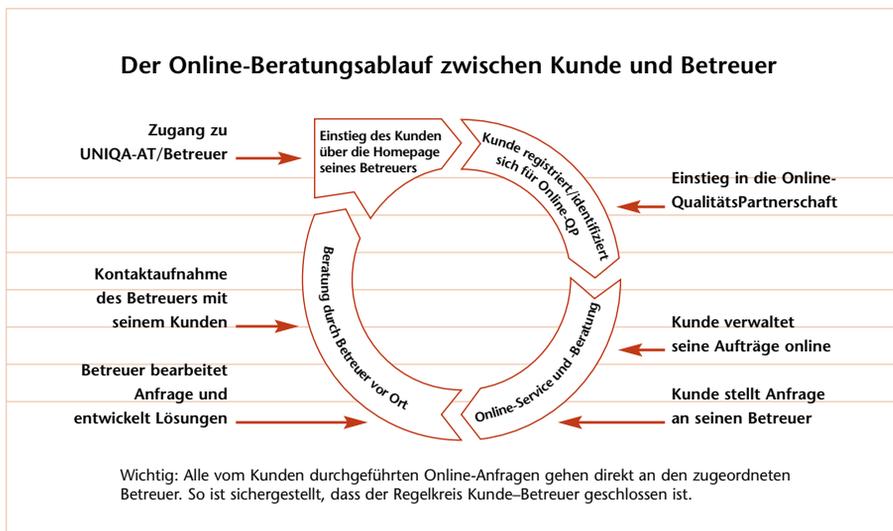
- einmalige Funktionen entwickeln, die von verschiedenen Plattformen genutzt werden können,
- Informations- und Transaktionssysteme auf Webbasis aufbauen, die allen UNIQA Gesellschaften im In- und Ausland zur Verfügung stehen, sowie
- eine Basis bieten, über die der Außendienst mittelfristig alle benötigten Daten und Funktionen online abrufen kann.

Die seit dem vergangenen Jahr nutzbare Infrastruktur bietet weiters den großen Vorteil, unterschiedliche Hostsysteme in Webapplikationen zu integrieren. Mit der Wiederverwendbarkeit lassen sich Entwicklungskosten wie auch die Dauer neuer Entwicklungen wesentlich reduzieren.

Oberstes Prinzip beim Aufbau unserer neuen IT-Konzernarchitektur war es, auf marktübliche Standards zu setzen, um die Unterstützung führender Hersteller von Soft- und Hardware langfristig sicherzustellen.

16,6 % Senkung der IT-Kosten durch eine effiziente Architektur. Absolut ist das ein Rückgang um mehr als 11 Mio. €.

16,6 % Senkung



Überzeugender Start unserer Vertriebsplattform

Ein überzeugendes Beispiel für die enormen Möglichkeiten, die uns die virtuellen Netze bieten, ist unsere Mitte 2002 online geschaltete Vertriebsplattform (VPI). Die Resonanz auf das vielseitige Informations- und Servicesystem war gleich nach dem Start beeindruckend. Schon am ersten Tag meldeten sich mehr als 500 Außendienstmitarbeiter an.

Die Funktionalität unserer Vertriebsplattform haben wir im Laufe des Jahres konstruktiv ausgebaut. Sie versorgt unsere Vertriebspartner inzwischen mit Auskünften zu Personen-, Vertrags- und Schadendaten und erlaubt es, per Internet Schäden im Bereich Haushalt, Wohnung und Eigenheim zu erledigen oder Kundendaten online zu ändern und zusammenzuführen.

Darüber hinaus stellen wir den Vertriebspartnern unsere Tarife, Versicherungsklauseln oder Marketinginfos in der stets neuesten Version elektronisch zur Verfügung. VPI liefert ihnen zum Beispiel auch Informationen über die QualitätsPartnerschaft mit einem umfassenden Überblick über den Zahlungsplan des Kunden, sein aktuelles Punkteguthaben aus dem VitalPunkte-Programm ebenso wie wöchentliche Inkassoinformationen und monatliche Provisionsabrechnungen.

Auch Haushaltsschäden per Internet abwickeln

Das Interesse hat im Laufe der Monate immer stärker zugenommen. Die Zahl der über die VPI abgewickelten Geschäftsfälle wächst ständig. Allein in den ersten drei Monaten wurden über 6.000 Kundendaten elektronisch geändert oder zusammengelegt. Inzwischen können seit Anfang 2003 auch GeneralAgenturen und Makler unsere Vertriebsplattform nutzen.

Im laufenden Jahr stehen neben unseren Außendienstmitarbeitern in verstärktem Maße die Kunden im Zentrum unserer eBusiness-Aktivitäten. Der QualitätsPartner-Kunde soll auf sein Qualitätskonto zugreifen können, um sich selbst einen aktuellen Überblick über seine Zahlungspläne, VitalPunkte und Vertragsdaten zu verschaffen. Alle vom Kunden gestarteten Anfragen werden dabei direkt an seinen Betreuer weitergeleitet, damit der Informationsfluss zwischen Kunde und Betreuer stets erhalten bleibt.

Prämie für elektronische Bearbeitung von Geschäftsfällen

Wir fördern die Online-Bearbeitung von Geschäftsfällen mit dem Computer durch eine Vergütung für unsere KundenberaterInnen. Diese Prämie gibt es für elektronisch übergeleitete Anträge, die vollständig mit dem PC ausgefüllt, ausgedruckt und vom Kunden unterschrieben worden sind.

Wir honorieren aber auch die elektronische Schadenbearbeitung sowie die Wartung oder Änderung von Kundendaten. Sondervergütungen zahlen wir für einen Antrag auf Neueröffnung einer QualitätsPartnerschaft. Über die Auswertung der monatlich ausgezahlten Vergütungen können sich unsere Berater jederzeit auf der Vertriebsplattform oder in der Kontomitteilung informieren.



Seit dem Start der UNIQA QualitätsPartnerschaft im Dezember 2002 können ca. 10.000 QualitätsPartnerschaften über die UNIQA Vertriebsplattform abgerufen werden.

Internet-Auftritt neu gestaltet

Unser eBusiness-Team hat 2002 unseren Internet-Auftritt völlig umgestaltet. Mit dem neuen Design war eine Trennung in zwei Funktionslinien verbunden. „UNIQA.at“ steht jetzt für unseren Auftritt in Österreich und bietet landesspezifische Produktinformationen, Hinweise auf Vertriebspartner oder die Möglichkeit, eine Schadenmeldung online zu übermitteln. Auf der Grundlage des neuen Layouts wollen wir jedem Vertriebspartner die Möglichkeit geben, seine eigene Homepage zu gestalten.

Über „UNIQAGROUP.com“ sind länderübergreifende Informationen der UNIQA Gruppe wie Daten zur Holdingstruktur, aktuelle Kurse unserer Aktie oder Mitteilungen aus dem Bereich Investor Relations verfügbar. Unser Content Management System wird nach der Neugestaltung des Internet-Auftritts unserer tschechischen Tochter im laufenden Jahr für die weitere Vereinheitlichung des Erscheinungsbildes unserer ausländischen Gesellschaften in Polen, Ungarn und der Schweiz im Internet sorgen.

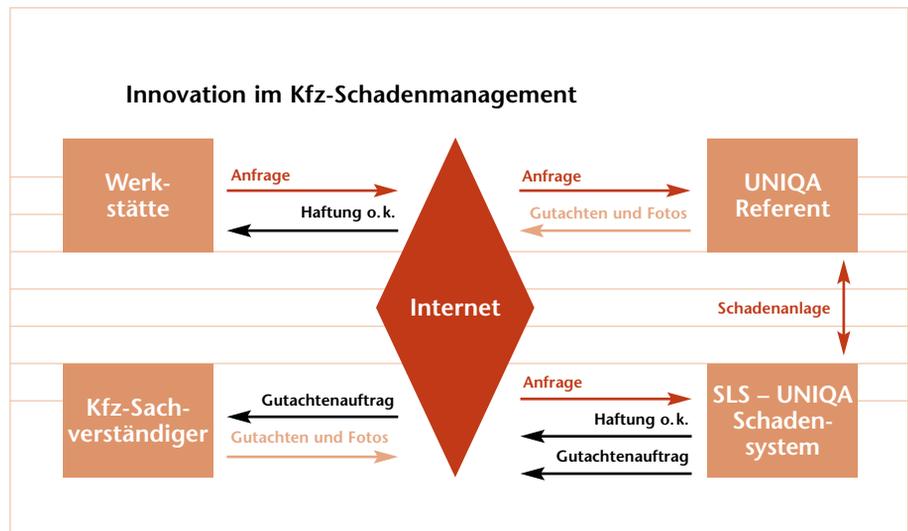
Auch Raiffeisen-Kunden können sich online versichern

Unsere Tochtergesellschaft Raiffeisen Versicherung (RV) hat Mitte 2002 als Pionier für die Raiffeisen-Banken den Startschuss für das elektronische Servicezeitalter gegeben. Jeder Mitarbeiter einer österreichischen Raiffeisen-Bank kann im Intranet durch eine neue Browsertechnologie mit einem Mausklick die RV-Online-Vertriebsplattform aufrufen und ihre Funktionalitäten Schritt für Schritt nutzen.

Standen anfangs nur Kundendaten, Leistungsübersichten und Provisionstabellen zur Verfügung, so wurden die Anwendungen fortlaufend erweitert. In Echtzeit sind nun alle nötigen Informationen verfügbar, wenn ein Versicherungsantrag in der Bank erfasst und zur Polizzierung freigegeben wurde. Auch RVB, das Computer-Beratungsprogramm der Raiffeisen Versicherung, wird über die neue Vertriebsplattform im gemeinsamen Intranet der Raiffeisen-Organisation implementiert.

Bahnbrechende Innovation im Kfz-Schadenmanagement

Ein weiteres Beispiel für das Optimierungspotenzial in der betrieblichen Organisation liefert unsere bahnbrechende Innovation im Kfz-Schadenmanagement. Es vernetzt über eine Internet-Plattform mehr als 1.600 Autowerkstätten mit unseren Schadenreferenten und Kfz-Sachverständigen, die bei der Schadenbearbeitung und -regulierung untereinander verschiedenste Daten, Informationen und digitale Bilder vollelektronisch austauschen. Die Vorteile sind beeindruckend.



So sparen die Kfz-Werkstätten durch die elektronische Abwicklung von Schäden viel Zeit und Kosten. Bisher mussten sie für die Reparaturfreigabe durch den Versicherer mehrere Telefonate führen oder Faxe austauschen. Jetzt stellen sie die Fahrzeug- und Versicherungsdaten sowie mindestens zwei digitale Fotos des beschädigten Autos einfach ins Internet.

Internet beschleunigt Bearbeitung und Regulierung

Umgehend landen die Daten in unserem Schadensystem SLS. Ein Schadenreferent prüft die per Internet übermittelten Angaben und legt eine elektronische Akte an. Innerhalb einer Stunde erhält die Werkstatt eine elektronische Antwort. Falls wir einen Sachverständigen einschalten müssen, wird der Experte von uns online mit der Besichtigung des Schadens beauftragt.

Das integrierte Ablaufmanagement auf Internet-Basis verbessert die Produktivität bei allen Vertragspartnern massiv. Wir selbst profitieren davon, dass alle Daten, die für die Schadenanlage erforderlich sind, bereits von der Werkstatt erfasst werden. So ist es uns möglich, oft bereits auf Grund der digitalen Fotos eine Entscheidung treffen.

Müssen wir aber einen Kfz-Sachverständigen in die Werkstatt schicken, so übermitteln wir ihm elektronisch alle nötigen Informationen. Ausgerüstet mit einem Laptop und einer digitalen Kamera besichtigt der Sachverständige untertags die beschädigten Autos, erarbeitet danach offline seine Gutachten und stellt sie zusammen mit den Digitalfotos abends wieder ins Netz.



Webbasierte Informations- und Transaktionssysteme wie das Schadensystem SLS optimieren die Abläufe im Rahmen der Schadenabwicklung zum Vorteil unserer Kunden.

11 %

Erhöhung der Produktivität im Innendienst, nicht zuletzt auf Grund der Optimierung im Ablaufmanagement, gemessen in Geschäftsfällen je Mitarbeiter.

Die Fertigstellung unserer neuen Konzernzentrale ist für Juni 2004 vorgesehen.



Bearbeitungszeiten verkürzt

Unser Schadenreferent kann am nächsten Tag auf diese Informationen zugreifen und den Fall weiter bis zum Abschluss bearbeiten. Dadurch wurden die Durchlaufzeiten in der Kfz-Schadenbearbeitung drastisch verkürzt und die Kundenzufriedenheit hat sich zugleich noch einmal verbessert.

Unsere Arbeitsproduktivität und die Qualität der Ablaufprozesse werden wir künftig auch durch die Einführung eines elektronischen Dokumenten-Management-Systems weiter erhöhen. Allein ein Sachbearbeiter verwendet im Durchschnitt bis zu 40 % seiner Arbeitszeit, um Informationen zu suchen oder zu erhalten. Der dramatische Anstieg der Informationsflut ist mit manuellen Ablagesystemen, der Archivierung auf Mikrofilm oder in herkömmlichen Datenbanken nicht mehr zu bewältigen.

Schneller Informationszugriff entscheidet im Wettbewerb

Der schnelle Zugriff auf verschiedenste Informationen einschließlich Multimediadateien, Videos oder Bildern, die an mehreren Orten rasch und für mehrere Personen gleichzeitig abrufbar sein müssen, wird zu einem wettbewerbsentscheidenden Faktor. Vor allem ist die vielseitige und effizientere Nutzung aller Informationen im betrieblichen Ablauf entscheidend: zum Beispiel durch ihre Vernetzung mit Workflowsystemen oder den Ausbau zu einem Wissensmanagementsystem.

Virtuelle Akten reduzieren die Papierflut

Wir bereiten die Einführung eines unternehmensweiten integrierten Dokumenten-Management-Systems vor und testen derzeit die notwendigen Funktionalitäten. Ein solches System soll die bei uns vorhandenen Informationen in kompletten virtuellen „Akten“ zusammenführen und den gleichzeitigen Zugriff auf diese Akten durch autorisierte Mitarbeiter in Fachabteilungen, Call- und ServiceCenter oder Telearbeiter ermöglichen. Es soll darüber hinaus den Zugang von Partnern und Kunden über ein „elektronisches Schließfach“ erlauben sowie einen einheitlichen Informationsstand quer durch alle Unternehmenseinheiten gewährleisten.

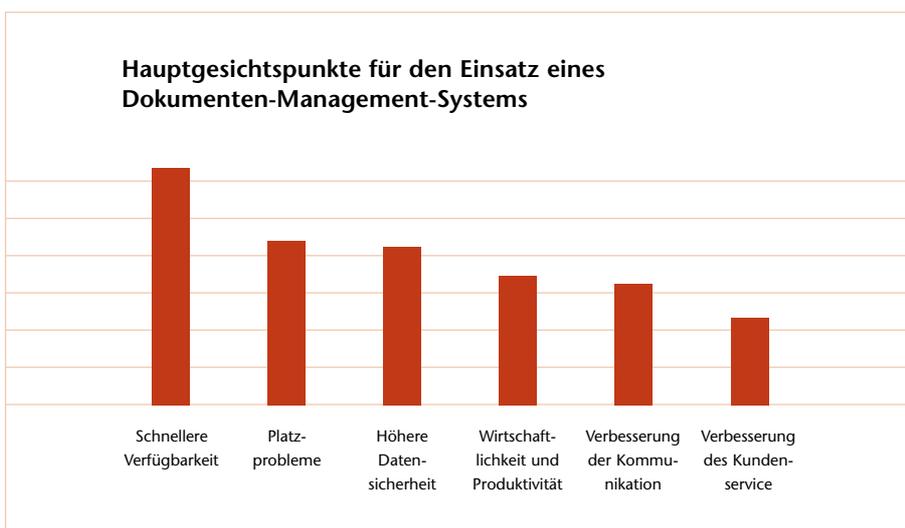
Die technischen Voraussetzungen für das Projekt, mit dem wir erneut Standards in der innovativen Anwendung der IT-Technologie setzen, werden mit der Errichtung unserer neuen Konzernzentrale geschaffen. Die Bauarbeiten für den UNIQA Tower liegen genau im Zeitplan. Der Rohbau wird im Herbst 2003 fertig gestellt sein.

Interaktiver Ratgeber für Fitness im Internet

Mit Fitnesstipps im Internet gehen wir auch im Bereich eHealth neue Wege. Der auf unserem mit großem Erfolg etablierten Gesundheits- und Wellnessportal medUNIQA als Microsite positionierte UNIQA FitnessAgent ist ein interaktiver Ratgeber für Fitness, Wellness und Gesundheit. Aus den persönlichen Wünschen und Gewohnheiten des Users entwirft er ein individuelles Profil des Kunden und erstellt einen persönlichen Trainingsplan mit Motivations- und Ernährungstipps. Außerdem gibt Olympia-, Skiweltcupsieger und Weltmeister Stephan Eberharter wertvolle Fitnesstipps.

Als weltbestes Gesundheitsportal ausgezeichnet

Das Magazin „e-media“ hat unser Gesundheitsportal „medUNIQA“ unter den 100 besten Internet-Adressen der Welt mit dem ersten Preis ausgezeichnet. Mehr als 1.900 Zugriffe täglich beweisen das enorme Interesse an unserem Gesundheitsportal. Durch die Contentkooperation von medUNIQA und dem Aon-Portal der Telekom Austria wurde darüber hinaus unsere hohe Kompetenz auf dem Gebiet der Internet-basierten Gesundheitsinformation anerkannt. Wir stellen die Inhalte für den neuen Bereich „Trends & Freizeit“ auf dem Aon-Portal mehr als 600.000 Usern zur Verfügung.





Es sind die Besten, die im Wettbewerb die Höhe der Messlatte bestimmen. Was uns von diesem Kreis abhebt, ist die Bereitschaft, nach jedem erfolgreichen Sprung die Messlatte freiwillig ein Stück höher zu setzen.

Unternehmen

Unser Anspruch ist klar formuliert: In unseren Märkten wollen wir Maßstäbe setzen. Eine konsequente Umsetzung unserer neu formulierten Unternehmensstrategie ist hierfür unverzichtbare Voraussetzung. Die 2002 erzielten Erfolge bei der Sanierung wichtiger Sparten und der Integration unserer Auslandsgesellschaften resultieren insbesondere in einer verbesserten Kostensituation. 2003 steht weiterhin verstärkt im Zeichen der Verbesserung unserer Erträge.

und Erträge

Mit neuer Konzernstrategie auf klarem Kurs

Anfang 2001 haben wir damit begonnen, die neu formulierte Unternehmensstrategie unserer Versicherungsgruppe im geschäftlichen Alltag umzusetzen. Wie weit ist UNIQA auf dem Weg zur nachhaltigen Optimierung des Unternehmens gekommen? Generaldirektor Dr. Konstantin Klien gibt Antworten.

Welche Maßnahmen hat der Konzern im ersten Jahr unter Ihrer Verantwortung getroffen, um seine Zukunft als europäische Versicherungsgruppe mit österreichischer Identität für Kunden und Mitarbeiter noch attraktiver und für Aktionäre profitabel zu gestalten?

Dr. Klien: Das erste Jahr, in dem wir mit der Umsetzung der neuen Strategie begonnen haben, stand im Zeichen eines schwierigen gesamtwirtschaftlichen Umfeldes. Starke Kursverluste an den Aktienbörsen, ein sich verschärfender Wettbewerb auf den Versicherungsmärkten, aber auch die Hochwasserkatastrophe in Österreich und Tschechien erforderten Anpassungen unserer Strategie, aber auch noch mehr Konsequenz.

Was hat UNIQA mit dem neuen Kurs bisher erreicht, wie muss sich der Konzern weiterentwickeln?

Dr. Klien: Wir haben 2002 ein großes Pensum erledigt und insgesamt gute Arbeit geleistet. Doch es bleibt viel zu tun, wenn wir unsere Strategie bis 2004 in allen Punkten umsetzen wollen. Ich betrachte es als einen ersten großen Erfolg, dass wir mit dem Engagement unserer MitarbeiterInnen die Kosten erheblich reduzieren konnten. Vor allem die Gemeinkosten (ohne Provisionen) haben wir im Inland im Jahr 2002 im Vergleich zu 2001 um mehr als 10 % gesenkt.

War dies ohne Abstriche am hohen Qualitätsstandard möglich?

Dr. Klien: Gespart wurde nicht auf Kosten unserer Kunden. Im Gegenteil. Im Dezember 2002 haben wir unser völlig neuartiges Angebot „QualitätsPartnerschaft“ gestartet. Ein innovatives Produkt mit Mehrwert, das dem Wunsch nach Rundumbetreuung und hohem Servicestandard der Kunden in jeder Hinsicht entspricht. Darüber hinaus haben wir begonnen, eine gemeinsame Architektur für unsere Standardprodukte zu schaffen. Wir können sie dadurch an unterschiedliche Nachfragebedingungen anpassen und regional in allen Konzerngesellschaften einsetzen.



Dr. Konstantin Klien,
Generaldirektor

Welche Wirkungen zeigt die Umsetzung der neuen Strategie auf das Ergebnis und die Erträge?

Dr. Klien: Durch die Hochwasserkatastrophe konnten wir gesetzte Maßnahmen in der Ertragsverbesserung noch nicht darstellen. Es gelang aber in diesem Jahr, eine markante Verbesserung der Kostensituation zu erreichen. Wir wurden von der internationalen Ratingagentur Standard & Poor's deshalb wieder wie im Vorjahr mit dem A-Rating ausgezeichnet. Ein klarer Beweis, dass der von uns eingeschlagene Weg richtig ist und wir auf Kurs liegen.

Auf welchem Gebiet gibt es noch Umsetzungsdefizite?

Dr. Klien: Wir müssen zur Intensivierung unserer Ertragskraft die versicherungstechnischen Ergebnisse in unseren wichtigsten Sparten noch besser in den Griff bekommen. Technische Verluste sind durch Erträge aus der Kapitalveranlagung in schwierigen Börsenzeiten nicht mehr zu kompensieren. Wir müssen daher die Schadenquoten auf niedrigerem Niveau stabilisieren. Im vergangenen Jahr haben wir damit in den Sparten Kraftfahrzeugversicherung fortgesetzt und in der allgemeinen Haftpflichtversicherung und dem Gruppengeschäft in der Krankenversicherung begonnen.

Welche Bereiche stehen im laufenden Jahr im Fokus der Umstrukturierung?

Dr. Klien: In diesem Jahr wollen wir die internationale Konzern-Rückversicherung optimieren. Weiters steht die Verbesserung der Erträge im Veranlagungs-Management an. Und wir werden die Verträge im Industrie- und Großgeschäft nachverhandeln. In den Auslandsgesellschaften müssen wir neue Angebote in der Personen- und Sachversicherung mit Mehrwert für die Kunden einführen, die uns im Markt Alleinstellungsmerkmale verleihen.

Was erwarten Sie sich für UNIQA von der Osterweiterung der Europäischen Union?

Dr. Klien: Mit dem Beitritt der osteuropäischen Länder zur Europäischen Union befinden sich bis auf Kroatien und die Schweiz alle Auslandsregionen, in denen wir tätig sind, in einem einheitlichen Wirtschaftsgebiet. Für uns bringt das eine Reihe von Erleichterungen, vor allem aber neue Chancen, die wir offensiv nutzen werden. Dabei werden die Versicherer, die jetzt schon in Osteuropa investiert haben, an dem neuen Marktpotenzial kräftiger partizipieren. Als Österreichs größter Krankenversicherer will sich UNIQA am Aufbau eines

10 %

Senkung der Gemeinkosten (ohne Provisionen) im Inland im Vergleichszeitraum als Resultat unseres Ertragsteigerungsprogramms.

privaten Krankenversicherungsmarktes in Osteuropa beteiligen und von seinen breiten Erfahrungen profitieren. Für Kroatien rechnen wir mit einer raschen formalen Gleichstellung mit den Beitrittsländern. Die EU-Erweiterung eröffnet uns insgesamt weit mehr Wachstumspotenziale als die Optimierung des österreichischen Marktes allein.

Was muss in den Auslandsgesellschaften kurzfristig noch umgesetzt werden?

Dr. Klien: Wir werden unsere Auslandsgesellschaften voll in die neuen IT-Strukturen und das Konzern-Know-how einbinden. Wir müssen in zunehmendem Maße jedoch auch für mehr konzernweite Mobilität unter unseren Mitarbeitern durch die Übernahme von beruflichen Aufgaben im Ausland sorgen. Unser Programm „UNIQA Go Ahead“ ist ein wichtiger Schritt in diese Richtung. Der Erfolg unserer Strategie hängt aber letztlich davon ab, dass wir Kundenpotenziale rascher als die Konkurrenz erschließen. Darauf müssen wir alle unsere Anstrengungen fokussieren.

10,2 %

der abgegrenzten Konzernprämie stammten im Jahr 2002 von unseren Auslandsgesellschaften. Den für 2005 geplanten Zielwert von 15 % werden wir voraussichtlich bereits 2003 erreichen.

Größter Anbieter in der fondsgebundenen Lebensversicherung

Die MLP-Lebensversicherung AG, Wien, hat sich seit der Gründung im Jahr 1995 zu einem der größten Anbieter im Spezialfeld der fondsgebundenen Lebensversicherung in Österreich entwickelt. Nicht zuletzt basierte dieser Erfolg auf der guten Zusammenarbeit der beiden Eigentümer, UNIQA und MLP Deutschland, die über ihre Vertriebsorganisationen zu diesem Ergebnis beigetragen haben.

Im Oktober 2002 haben wir die restlichen 50 % an der MLP-Lebensversicherung AG, Wien, von der MLP Deutschland erworben und halten somit 100 % der Anteile an der MLP-Lebensversicherung AG, Wien. Mit dieser Maßnahme hat UNIQA ihre Position als größter österreichischer Versicherer gestärkt, die Kompetenz im Bereich vermögensbildender Versicherungsprodukte neuerlich unter Beweis gestellt und sich in ihrem Kerngeschäftsbereich deutlich positioniert.

Für UNIQA ist es wichtig, dass nunmehr auch der Bereich der fondsgebundenen Lebensversicherung zur Gänze innerhalb der Gruppe abgedeckt wird und Versicherungstechnik und Vertrieb damit eine noch stärkere Einheit bilden.

Aus MLP wird FinanceLife Lebensversicherung AG

Seit März 2003 präsentiert sich die Gesellschaft mit neuem Namen. Die neue Marke spiegelt sehr präzise unseren Tätigkeitsbereich und unsere Services – zukunftsichere Geldanlage – wider. Die klare Eigentümerstruktur sowie die leistungsstarke Infrastruktur und die exzellente Bonität der Muttergesellschaft tragen sicherlich zu einer raschen Erreichung der angestrebten Ziele bei. Die Zugehörigkeit zum UNIQA Konzern wird sich auch in der Entwicklung neuer, attraktiver Produkte und in einer noch intensiveren Betreuung der Vertriebspartner im stürmisch wachsenden Markt der fondsgebundenen Lebensversicherung niederschlagen.

Im Internet ist die FinanceLife Lebensversicherung AG mit einer neuen Website unter der Adresse www.financelife.com vertreten.

FINANCE LIFE
LEBENSVERSICHERUNG AG

Führender Versicherer in Österreich

Im Dezember 2002 gaben unsere Kernaktionäre den Erwerb des AXA Konzerns Österreich mit seinen Tochtergesellschaften in Ungarn und Liechtenstein bekannt. Im Zuge der Transaktion ist vorgesehen, die AXA Gesellschaften im Laufe des Jahres 2003 an die UNIQA Gruppe zu übertragen. Bei Redaktionsschluss war eine Genehmigung der Zusammenschlussbehörde und der Aufsichtsbehörde in Ungarn noch ausständig.

Wir glauben, dass diese in 2003 geplante Integration für die UNIQA Gruppe ein großer Schritt nach vorn ist, nicht nur im Hinblick auf den ungarischen Markt, sondern auch als führender österreichischer Versicherer.

Kostenmanagement und Schadensanierung verbessern Ertragskraft

Unser strategisches Ziel, die Ertragskraft des Konzerns und die Eigenkapitalrendite nachhaltig zu stärken, indem wir die Kosten senken, gleichzeitig Service und Leistungen verbessern und uns noch stärker auf ertragreiche Kundensegmente konzentrieren, haben wir im vergangenen Jahr entschlossen verfolgt. Die ersten Erfolge zeigten sich 2002 in der klaren Verbesserung des technischen Ergebnisses.

Dies war auch eine Folge unserer verstärkten Anstrengungen, Sparten zu sanieren und Schadenquoten zu stabilisieren. In der unter ruinösem Wettbewerbsdruck leidenden Kfz-Sparte erzielten wir dabei spürbare Erfolge.

Risikoadäquate Prämien durch Kfz-Segmentierung

Einen wichtigen Beitrag zur Sanierung der Kfz-Sparte leistete die Risikosegmentierung: Wir ordnen Kunden nach ihrer unterschiedlichen Schadenhäufigkeit in Gruppen ein und bieten ihnen adäquate Tarife. Diese Selektion beruht in der Kfz-Haftpflicht und in der Kaskoversicherung auf unterschiedlichen Kriterien, wie zum Beispiel die Motorleistung des Fahrzeugs oder das Alter des Fahrers. Niedrige Kfz-Risiken belohnen wir mit Prämienrabatten, schlechte Risiken bekommen einen niedrigen oder gar keinen Nachlass.

Darüber hinaus haben wir in der Kfz-Kaskoversicherung durch Ablöseangebote, Rechnungsprüfungen und Wrackmanagement erste Schritte zur Senkung des Schadenaufwands unternommen. Diese Aktivitäten setzen wir im laufenden Jahr verstärkt fort.



Der Bedeutung Mittel- und Osteuropas als Wachstumsmarkt für UNIQA Rechnung tragend, sollen ab 2003 auch in der Krankenversicherung besondere internationale Aktivitäten umgesetzt werden.

Sanierung der Gruppen-Krankenversicherung

Im Fokus unserer Sanierungsbemühungen stand 2002 auch das Gruppengeschäft in der Krankenversicherung. Es handelt sich dabei um Rahmenverträge mit Unternehmen oder Organisationen des öffentlichen Dienstes, die ihren Mitarbeitern günstigere Prämien für eine Krankenversicherung (KV) offerieren wollen. Dieses Gruppengeschäft, mit rund einem Drittel unseres KV-Prämienaufkommens in Österreich ein wichtiger Faktor, bringt uns derzeit noch deutlich ungünstigere Ergebnisse als die Einzelkrankenversicherung.

Durch verschiedene Maßnahmen haben wir im vergangenen Jahr daher begonnen, diese unbefriedigende Situation im KV-Gruppengeschäft zu verbessern. Dabei wurden nicht nur die Prämien erhöht, sondern auch teilweise Selbstbeteiligungen für die Versicherten eingeführt.

Vorteile abgebaut und Leistungsquote verbessert

Viele Kunden haben dies als schmerzlich empfunden. Es ist aber unvermeidlich, die Vorteile der Gruppen- gegenüber der Einzelversicherung zu verringern. Es gelang uns jedenfalls, die Leistungsquote im Gruppengeschäft spürbar zu verbessern. Die Sanierungsanstrengungen werden wir im laufenden Jahr konsequent fortsetzen.

Zu der erheblich günstigeren Entwicklung in der Krankenversicherung haben auch unsere Neuverhandlungen mit den Krankenhäusern beigetragen. UNIQA schließt wie die anderen Krankenversicherer auch zugunsten ihrer Versicherten Verträge mit nahezu allen Krankenanstalten und Ärzten in Österreich ab, in denen die direkte, für den Kunden bargeldlose Abrechnung der Leistungen sowie die dafür geltenden Preise geregelt sind. In den vergangenen Jahren ist es den Krankenversicherern in den Verhandlungen unter Führung von UNIQA gelungen, den Preisanstieg im Gesundheitswesen zu bremsen.

Kostendämpfung im Gesundheitswesen als Daueraufgabe

Diese Entwicklung ist keineswegs abgeschlossen. Es scheint unumgänglich, in weiteren Verhandlungen die Struktur der Verträge im Hinblick auf die medizinischen Dienstleistungen einerseits und die zu erbringende Hotelqualität in den Spitälern andererseits zu verbessern und dem medizinischen Fortschritt Rechnung zu tragen. Das bedeutet, den Zugang zur modernen Medizin für UNIQA Kunden zu sichern, zugleich aber Leistungen, die im medizinischen Betrieb zur Routine geworden sind, preisgünstiger zu bewerten.

1,5 %

unterproportionaler Anstieg der Aufwendungen für Versicherungsfälle in der Krankenversicherung trugen zur weiteren Verbesserung der technischen Ergebnisse in diesem Segment bei.

Insgesamt müssen die Versicherten durch diese Umstrukturierungen entlastet werden, um den anhaltenden Anstieg der Leistungsfälle zu kompensieren. Unvermeidbar bleibt auch eine Vereinheitlichung der medizinischen Leistungskataloge, die sich derzeit von Bundesland zu Bundesland unterscheiden. Darüber muss in den kommenden Jahren konsequent weiter verhandelt werden.

Bestandsmanagement in der Krankenversicherung verbessert

Eine 2002 installierte zentrale Einheit soll den Vertrieb bei seinen Aktivitäten in der Betreuung der KV-Bestandskunden unterstützen. Damit wollen wir die Kundenbindung stärken und Prämienmehreinnahmen generieren. Diese Initiativen passen gut in unsere QualitätsPartnerschaft und sind somit ertragswirksam. Im laufenden Geschäftsjahr wird sich ihre positive Wirkung mit Hilfe der nötigen EDV-Unterstützung voll entfalten.

Durch unser aktives Bestandsmanagement sowie die Prämienanpassungen in der Gruppen- und Einzelversicherung ist es uns als dem größten Krankenversicherer Österreichs 2002 gelungen, den hohen Marktanteil zu halten und die Prämieinnahmen im Gleichschritt mit dem Branchenwachstum zu erhöhen. Da die Leistungen deutlich weniger zunahmen, konnten wir dank der erfolgreichen Verhandlungen mit Spitälern und Ärzten sowie der Sanierung der Gruppenversicherungsbestände unsere Leistungsquote verbessern. Diese Entwicklung soll sich 2003 fortsetzen.

Sinkende Leistungsquoten auch im Ausland

Auf unseren Auslandsmärkten entwickelte sich die Krankenversicherung des Konzerns ebenfalls erfreulich. Trotz einem leichten Rückgang der KV-Prämie in der Schweiz konnte die Leistungsquote 2002 verbessert werden. Im laufenden Jahr ist wieder eine deutliche Prämienhöhung geplant. In Italien blieben das Prämienwachstum wie auch die Leistungsquote trotz einem leicht überproportionalen Anstieg der Leistungen zufrieden stellend. Wir rechnen 2003 mit einer weiteren Zunahme der Prämien.

In den anderen mittel- und osteuropäischen Ländern prüfen wir derzeit die Möglichkeiten für das Krankenversicherungsgeschäft. UNIQA sieht als etablierter Anbieter Chancen, auch in diesen Regionen Europas mit länderspezifischen Angeboten zu punkten.



Der Launch des Auftritts der Salzburger wurde medial aufmerksamkeitsstark mit der Skiweltcup-siegerin und aktuellen Vizeweltmeisterin Alexandra Meissnitzer umgesetzt.

UNIQA und Salzburger bündeln Vertriebskräfte

Ein neues Modell für unser „Konzept der Regionen“ haben wir mit dem Projekt Salzburg geschaffen. Die UNIQA Landesdirektion Salzburg und die Salzburger Landes-Versicherung bündeln ihre Kräfte durch eine einzigartige und innovative Kooperation, mit der wir unsere führende Marktstellung in der Region Salzburg sichern und die Ertragskraft des Konzerns stärken. Seit Jahresbeginn 2003 arbeiten die bisher getrennten Vertriebsorganisationen der UNIQA Landesdirektion und der Salzburger Landes-Versicherung in einer einheitlichen Verkaufsorganisation zusammen.

Die Kooperation wird nach außen mit einem neuen Markenauftritt dokumentiert. Mit einer angemessenen Markenkampagne und einer erfolgreichen Auftaktveranstaltung im November 2002 wurde die Kooperation gestartet. Die Salzburger Landes-Versicherung, der älteste und größte Sachversicherer der Region, betreut die neuen Verträge in der Sach- und Unfallversicherung und bietet den Kunden jetzt eine noch bessere Servicequalität. Bei Kranken- und Lebensversicherungen sorgt UNIQA für optimale Angebote und garantiert mit seiner Finanzkraft die Leistungen im Krankheits- sowie Ab- und Erlebensfall. Eine Kooperation, von der alle profitieren.

Wir definieren den Heimatmarkt, auf dem der UNIQA Konzern operiert, als Mittel- und Osteuropa. Er reicht von der Ostsee in Polen über Tschechien, die Slowakei, Ungarn, Österreich bis an das Mittelmeer in Norditalien und Kroatien. Zusätzlich gibt es unsere Spezialanbieter in der Schweiz, Liechtenstein und Spanien.

Erfolgreiche Konzernstrategie verbessert Auslandserträge

Die Ertragskraft von UNIQA in all diesen Regionen soll vor allem durch die neu geschaffene Struktur innerhalb des Konzerns verbessert werden. So sind die zentralen Fachbereiche als Centers of Competence und die zentralen Servicebereiche als Service Center gemeinsam mit der UNIQA International dafür verantwortlich, einheitliche, für den gesamten Heimatmarkt gültige Strukturen und Abläufe zu definieren.

Unabhängbare Voraussetzung für den Erfolg der Optimierungsstrategie zur Steigerung der Erträge sind ein überregionales Denken der Mitarbeiter sowie ihre Bereitschaft, ihr nationales Fachwissen um die regionalen Besonderheiten und multikulturellen Anforderungen zu bereichern. In Zusammenarbeit mit den Verantwortlichen in der Zentrale und den Regionen sollen gemeinsame Kernprodukte entwickelt werden, die nach Anpassung an länderspezifische Gegebenheiten überall zum Einsatz kommen.

Unsere tschechische Tochtergesellschaft mit Sitz in Prag wächst weiterhin überdurchschnittlich.



Gemeinsame Plattform senkt die Kosten

Diese Produktstruktur ist die Voraussetzung für den Einsatz einer einheitlichen EDV-Plattform für den gesamten Konzern. Diese wiederum ist die Basis, um Kosten konzernweit zu senken. Wir haben 2002 damit begonnen, als Prototyp eine von allen Gesellschaften nutzbare EDV-Lösung für die Lebensversicherung unserer polnischen Gesellschaft zu entwickeln. Im laufenden Jahr soll dieser Prototyp für die Lebensversicherung wie auch für die Sachsparte abgeschlossen sein und danach in allen anderen Regionen des Konzerns zum Einsatz kommen.

Synergien für neue Tochter in Ungarn

Davon wird auch die mit dem von unseren Kernaktionären durchgeführten Erwerb der AXA Holding Österreich verbundene operative Übernahme der AXA Biztosito, der sechstgrößten Versicherung in Ungarn, profitieren. AXA Biztosito hat einen Marktanteil von 5,3 % und wird vorbehaltlich der kartellrechtlichen Genehmigungen nach der Übertragung an UNIQA mit Hilfe der Konzernstrukturen die anhaltende Dynamik des ungarischen Versicherungsmarktes für ein überdurchschnittliches Wachstum in den nächsten Jahren nutzen. Die Gesellschaft baute sich bereits eine umsatzstarke Vertriebsstruktur auf, die auch in der Kooperation mit einer Pensionskasse eine wesentliche Grundlage für den Erfolg schafft.

Start der Kooperation mit Tatra-Bank

Nach Abschluss der Gespräche von UNIQA mit der slowakischen Tatra-Bank haben mehrere Arbeitsgruppen Art und Umfang der Kooperation, Produktinhalte, Abläufe und Marktauftritt sowie Vertriebsmaßnahmen definiert. Inzwischen wurden im Herbst 2002 die Produkte und Abläufe in die EDV-Systeme beider Häuser implementiert. Im Februar des laufenden Jahres fand die erste Schulung der Bankmitarbeiter statt. Mit der Unterzeichnung des Kooperationsvertrages am 24. Februar 2003 hat der Pilotverkauf in vier ausgewählten Filialen in und um Bratislava begonnen.

Gegen Katastrophenschäden unzureichend versichert

Österreich und Tschechien erlebten im Hochsommer 2002 nach sintflutartigen Regenfällen eine Hochwasserkatastrophe. Tausende Menschen wurden in kurzer Zeit obdachlos oder verloren Hab und Gut. Der volkswirtschaftliche Gesamtschaden dürfte in Österreich einen zweistelligen Milliarden-Euro-Betrag erreichen. Wir gewährten MitarbeiterInnen, die katastrophengebunden nicht zur Arbeit kommen konnten oder sich als Helfer an den Aufräumarbeiten beteiligten, Sonderurlaub und spendeten als Soforthilfe für die Hochwasseropfer 125.000 €.



In weiten Teilen Europas kam es zu sintflutartigen Regenfällen mit fatalen Auswirkungen auf die Versicherungswirtschaft. Ein Großteil der Hochwasserschäden war gar nicht oder nicht ausreichend versichert.

Die bei uns einlangenden Telefonanrufe und Schadenmeldungen verzweifelter Kunden zeigten, dass das Risiko von Naturkatastrophen in vielen Gebieten Österreichs, die lange von Überschwemmungen verschont blieben, von der Bevölkerung unterschätzt worden war. Ein Großteil der Hochwasserschäden war nicht oder nicht ausreichend versichert. Besonders Verträge, die bis Mitte der neunziger Jahre abgeschlossen wurden, bieten keinen Versicherungsschutz für dieses Risiko.

Für Hochwasserschäden haben wir vergangenes Jahr in Österreich rund 25 Mio. € gezahlt. Auch in Tschechien, wo ganze Landstriche überflutet wurden, waren die Schäden enorm. Unsere Konzerntochter UNIQA pojistovna muss erhebliche Leistungen im Ausmaß von rund 22 Mio. € erbringen.

Inzwischen hat in Österreich ein Ansturm auf Versicherungen mit Katastrophenschutz eingesetzt. Die UNIQA Bündelversicherungen bieten privaten Haushalten, gewerblichen und landwirtschaftlichen Betrieben verschiedene Möglichkeiten, auch die Folgen von Naturkatastrophen zu versichern.

Standard & Poor's bestätigt Top-Rating für UNIQA

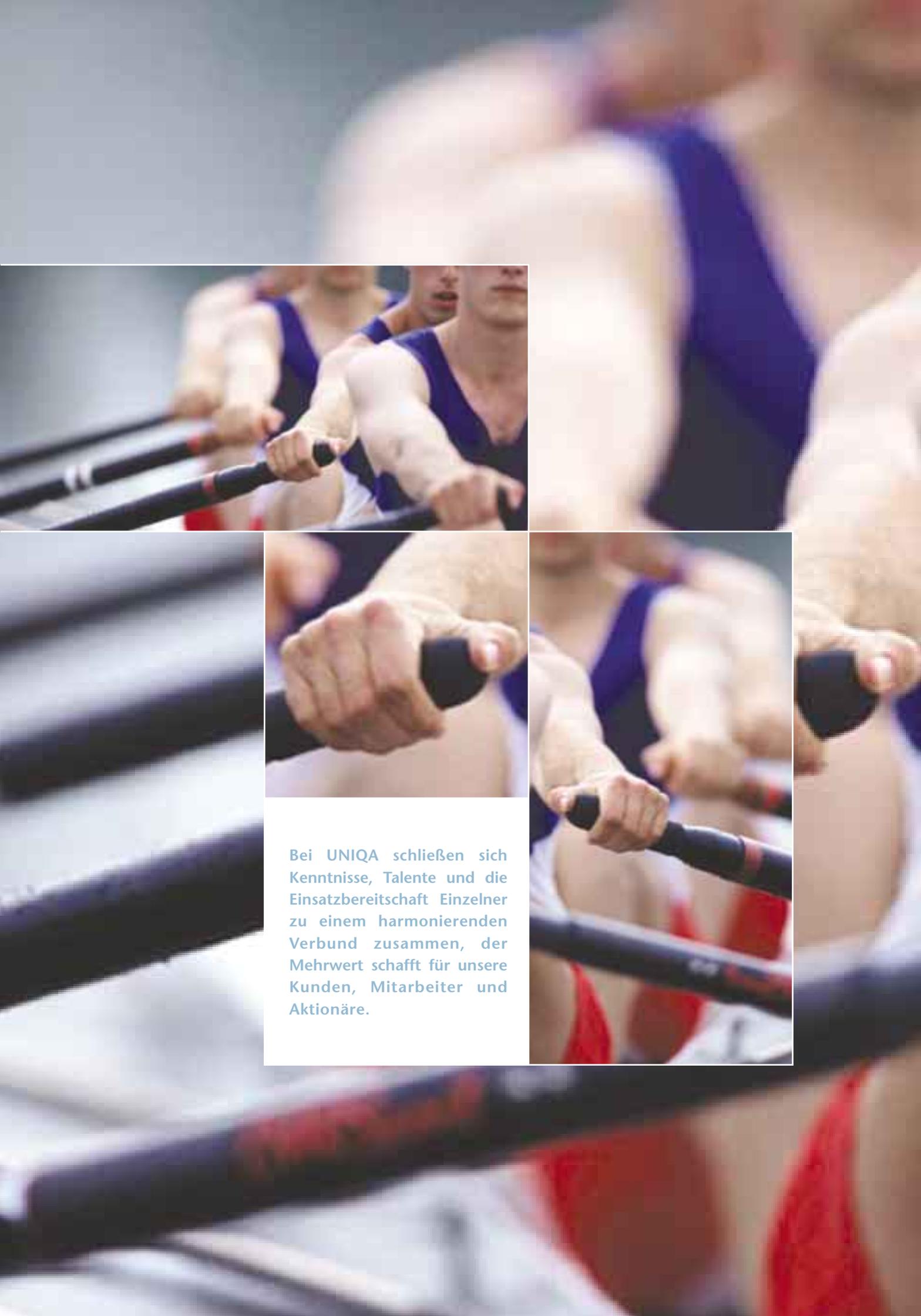
Insgesamt können wir für 2002 trotz schwieriger Rahmenbedingungen eine äußerst zufrieden stellende Bilanz unserer Unternehmensgruppe ziehen. Dies hat die internationale Ratingagentur Standard & Poor's bestätigt. Nach einer detaillierten Prüfung, der sich UNIQA als einziger österreichischer Versicherungskonzern jährlich einmal freiwillig unterzieht, wurde unsere Position mit einem erneuten „A“-Rating bestätigt.

Standard & Poor's würdigte unsere strategische Rolle als größte Assekuranzgruppe, speziell als größte Krankenversicherung, zweitgrößte Lebens- und viertgrößte Sachversicherung auf dem österreichischen Markt. Ausschlaggebend für die positive Bewertung des Konzerns waren aber auch die starke Verbesserung des technischen Ergebnisses, insbesondere die deutliche Verbesserung der Combined Ratio in der Sachversicherung, sowie die planmäßige Umsetzung des ertragsorientierten Programms zur Senkung der Kosten und Verbesserung der Erträge.

MitarbeiterInnen

Ungeachtet aller technischen Möglichkeiten – der wichtigste Faktor für unseren Unternehmenserfolg sind und bleiben unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Es ist uns bewusst, dass wir ihnen in unserem Bestreben nach permanenter Verbesserung in allen Unternehmensbereichen sehr viel abverlangen. Wir sind stolz, dass unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Herausforderungen als Chancen begreifen, und wir unterstützen sie mit vielfältigen Fortbildungs- und Weiterqualifizierungsangeboten.

und Partner



Bei UNIQA schließen sich Kenntnisse, Talente und die Einsatzbereitschaft Einzelner zu einem harmonisierenden Verbund zusammen, der Mehrwert schafft für unsere Kunden, Mitarbeiter und Aktionäre.

MitarbeiterInnen fordern und fördern

Unsere Strategien zur permanenten Verbesserung der Wettbewerbs- und Ertragskraft sind auch für unsere MitarbeiterInnen eine ständige Herausforderung. Fortbildung und Weiterqualifizierung betrachten wir daher als Daueraufgabe.

Die Möglichkeiten der IT-Konzernarchitektur nutzen wir dabei für alle Möglichkeiten des eLearnings. Elektronisch unterstütztes Lernen umfasst alle Methoden, laufende Schulungen effektiv und Zeit sparend zu ergänzen oder zu ersetzen. eLearning ist ein intelligentes Instrument, bei steigendem Schulungsbedarf und einer wachsenden Zahl von Kursteilnehmern mit unterschiedlichem Kenntnisstand überproportional zunehmende Wissensmengen zu vermitteln. Wissen auf Abruf ersetzt Wissen auf Vorrat.

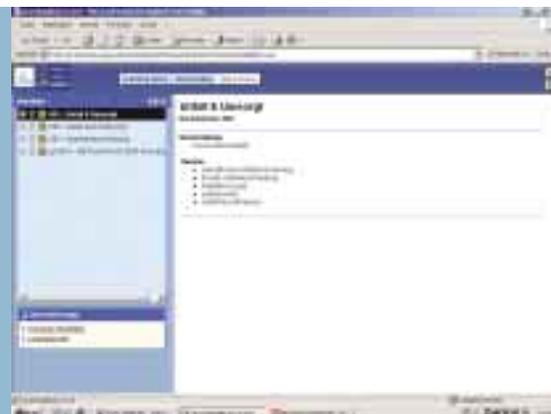
Lehren und lernen per Intranet

Die Vorteile sind überzeugend. eLearning ist jederzeit und überall per Internet oder Intranet, multimedial und interaktiv möglich und beliebig wiederholbar. Der Teilnehmer an elektronischen Trainings bestimmt Lerntempo und Inhalte. Reisen sind überflüssig.

Wir bieten eLearning per Intranet und Web-based-Trainings, die wir in ein virtuelles Klassenzimmer „Learning Space“ integrieren. Anfang 2002 wurde das Programm erstmals für Führungskräfte freigeschaltet und im April obligatorisch in die Grundausbildung unserer Mitarbeiter eingebunden. Es soll als Plattform dienen, um die Dauer von Schulungen zu verkürzen und die Produktivität der Mitarbeiter zu erhöhen.

Neue Wege gehen wir auch in der Arbeitsgestaltung. Telearbeit und Desksharing haben wir im vergangenen Jahr nach dem Abschluss der Testphase in verschiedenen Tätigkeitsbereichen als integrierte und akzeptierte Arbeitsformen etabliert. Telearbeit gibt es in den verschiedensten Formen, die von dem jeweiligen Arbeitsgebiet und den persönlichen Präferenzen bestimmt werden. Auf jeden Fall basiert Telearbeit immer auf Freiwilligkeit.

Je nach Arbeitsbereich und Ausbildungsstand unserer MitarbeiterInnen werden unterschiedliche Themenbereiche beim eLearning angeboten.



Telearbeit und Desksharing nach Maß

Wir bieten vor allem im Innendienst „alternierende Telearbeit“ in Verbindung mit Desk-sharing an, bei dem sich mehrere MitarbeiterInnen einen Arbeitsplatz teilen.

Je nach der betrieblichen Aufgabe und den persönlichen Interessen wird die Arbeitszeit zwischen Büro- und Heimarbeitsplatz gesplittet. Diese Aufteilung kann in Abstimmung mit dem Abteilungsleiter starr oder flexibel gehandhabt werden. Als Richtwert gilt bei uns: Zwei bis drei Tage wird die Arbeit im Büro und den Rest der Woche zu Hause erledigt.

Das Interesse unserer MitarbeiterInnen an Telearbeit ist groß. Derzeit sind bei uns in Österreich zwar erst 65 MitarbeiterInnen und 25 Sachverständige als Telearbeiter tätig. Wir schätzen aber, dass rund 25 % all derer, die für Telearbeit in Frage kommen, sich dafür entscheiden werden.

Mitarbeitergespräch hat sich bewährt

Als modernes Instrument, mit dem wir die Entwicklung unserer MitarbeiterInnen fördern und fördern, hat sich das immer zu Jahresbeginn geführte Mitarbeitergespräch bewährt. Es dient dazu, in einem Dialog zwischen Führungskraft und MitarbeiterIn berufliche Ziele zu vereinbaren und deren Einhaltung im Interesse unserer betrieblichen Produktivitäts- und Wirtschaftlichkeitsprogramme zu kontrollieren. Damit ist es eine Grundlage für langfristige Unternehmenserfolge.

Die Erfahrungen mit den Mitarbeitergesprächen lassen klar erkennen: Unsere Führungskräfte nehmen ihre Personalverantwortung ernst und die MitarbeiterInnen sind in hohem Maße daran interessiert, sich im Unternehmen auch im Zeichen betrieblicher Veränderungen ständig weiterzuentwickeln. Ein ermutigendes Zeichen für die Identifikation mit unseren Unternehmenszielen und die Motivation, sich für ihre Realisierung engagiert einzusetzen. Allerdings werden im Mitarbeitergespräch noch nicht all die Fähigkeiten und Kenntnisse unserer MitarbeiterInnen erfasst, die sie in ihr berufliches Tätigkeitsfeld derzeit nicht einbringen können.

25 %

aller Mitarbeiter, die in Frage kommen, werden sich für Telearbeit entscheiden. Im Rahmen zahlreicher Informationsveranstaltungen werden u. a. die Rahmenbedingungen, Vor- und Nachteile, die Ausstattung des Telearbeitsplatzes und der Weg zur Telearbeit besprochen.



Im Jahr 2002 trafen sich im Rahmen des zweiten UNIQA Manager-Meetings insgesamt rund 350 Führungskräfte. Im Mittelpunkt standen erneut die UNIQA Strategie sowie der den Erfordernissen entsprechende UNIQA Team- und Management-Style.

350

Skill-Datenbank erfasst verborgene Talente

Zu diesem Zweck haben wir die elektronische Skill-Datenbank geschaffen. Die kann jede(r) unserer MitarbeiterInnen durch Ausfüllen eines elektronischen Fragebogens befüllen und dadurch einem im Unternehmen selbst ausgewählten Personenkreis freiwillig unbekannt Fähigkeiten und Talente anbieten: Sprachkenntnisse, berufliche Erfahrungen in anderen als dem gegenwärtig ausgeübten Tätigkeitsfeld oder weitere verborgene Talente. Für die MitarbeiterInnen ist dies eine intelligente Möglichkeit, ungekannte Karrierechancen zu nutzen, und für uns eine wichtige Hilfe bei der internen Personalsuche.

Mit der weiteren Internationalisierung unserer Gruppe müssen wir die personellen Potenziale des Unternehmens in allen Bereichen erschließen und die Bereitschaft zur grenzüberschreitenden Mobilität verbessern. Hohe Akzeptanz hat unser Angebot an unsere Mitarbeiter der Führungsebene gefunden, freiwillig an einem erfolgsorientierten Entlohnungssystem teilzunehmen. Ein Beweis, wie sehr sich unsere Mitarbeiter mit unserer Unternehmensstrategie der konsequenten Ertragsorientierung identifizieren.

Manager-Meetings stiften Identifikation

Diese Identifikation mit dem strategischen Kurs des Konzerns stärken wir in unseren jährlichen Manager-Meetings. Im Oktober 2002 fand ein Doppel-Meeting mit 85 Führungskräften aus der Zentrale, den Regionen und Schwestergesellschaften statt. Im Rahmen dieser internationalen Konferenz befassten sich die Entscheidungsträger mit den detaillierten Plänen des Konzerns für das Jahr 2003.

Das Echo war durchwegs positiv. Die TeilnehmerInnen empfanden es als nützlich, in persönlichen Gesprächen praktische Probleme bei der weiteren Umsetzung der Strategie zu erörtern, aber auch Verständnis für eigene Ideen und die Positionen anderer Kollegen zu wecken.

Teilnehmer



Mobilitätsprogramm für Auslandseinsatz

Durch das Programm zur Verbesserung der persönlichen Mobilität unserer MitarbeiterInnen „UNIQA Go Ahead – Grow with your company“ beschleunigen wir den Aufbau erstklassigen Personals für unsere Expansion in Mitteleuropa. Dabei setzen wir die Bereitschaft voraus, drei Monate bis drei Jahre im jeweiligen Ausland zu arbeiten, Englisch zu beherrschen oder in einem Crashkurs die Landessprache zu erlernen und Versicherungs- oder Expertenkenntnisse mitzubringen, die in das Arbeitsgebiet im Ausland eingebracht werden können.

Kurzfristige Projekteinsätze von weniger als sechs Monaten dienen dabei vor allem der Mitarbeit an konkreten Projekten oder Aufgaben in einer Gastgesellschaft, bei denen das spezifische Wissen der MitarbeiterInnen gefragt ist. Die im Heimatland ausgeübte Funktion bleibt für die Dauer des Auslandseinsatzes durch eine Vertretung offen.

Mittelfristige Trainingseinsätze sollen den Transfer von Know-how von der Heimat- zur Gastgesellschaft fördern und dauern zwischen sechs und zwölf Monate. Längerfristige Auslandseinsätze bis zu drei Jahren sind nach einer Einarbeitungszeit mit der Übernahme einer Funktion in der Gastgesellschaft und der Übersiedlung der Familie verbunden.

Die Teilnahme an einem Mobilitätskurs gilt als Auszeichnung und Vorbereitung auf eine künftige Führungsaufgabe im Konzern. Interessenten können sich jederzeit für eine Potenzialanalyse melden.

links: Dr. Caslav Zaja,
UNIQA International (Kroatien » Österreich)

rechts oben: Mag. Harald Chrstos,
Vorstandsvorsitzender der UNIQA poistovna, a.s.
(Österreich » Slowakei)

rechts unten: Wolfgang Friedl,
Produktmarketing (Österreich » Polen)



Ausbildung und Personalentwicklung konzentriert

Unsere Aktivitäten in der Personalentwicklung und das gesamte Ausbildungswesen konzentrieren wir in der Ende 2002 gegründeten Konzerntochter UNIQA Human Resources-Service GmbH. Damit werden die vielfältigen Aufgaben des Konzernbereichs Personal restrukturiert, um Arbeitsabläufe und Dienstleistungen zu optimieren. Das Projekt ist von erheblicher Bedeutung, da die Human Resources in der neuen Konzernstruktur ein noch größeres Gewicht haben.

Die Dienstleistungen der neuen Gesellschaft werden institutionalisiert und dem gesamten Konzern angeboten. Sie übernimmt auch die bisherigen Ausbildungsaktivitäten für externe Auftraggeber. Die erhöhte Professionalität lässt eine Ausweitung des Geschäftsvolumens im Service für Dritte erwarten.

UNIQA gründet FinanzAkademie

Einen weiteren Schritt zur Höherqualifizierung unserer Mitarbeiter und Partner haben wir mit Gründung der UNIQA FinanzAkademie getan. Dadurch können wir jetzt Vertriebsmitarbeitern in Zusammenarbeit mit namhaften Partnern eine dreistufig konzipierte, international anerkannte Allfinanzausbildung vom Anlage- über den Finanzberater bis zum Finanzplaner bieten. Jede Stufe wird mit einer zertifizierten Prüfung als Voraussetzung für die Absolvierung der nächsten Ausbildungsstufe abgeschlossen. Die FinanzAkademie soll zum Aufbau eines Spezialistentteams von Certified Financial Planners für die optimale Betreuung eines gehobenen Kundensegments beitragen.

MitarbeiterInnen mit Auslandserfahrung sind für einen international tätigen Konzern wie UNIQA eine wesentliche Erfolgsbasis. In einer Zeit, in der sich viele Firmen auf dem EU-Markt gezwungen sehen, größere Mitarbeiterbestände abzubauen, ist UNIQA in der glücklichen Lage, seinen MitarbeiterInnen attraktive Einsätze in den unterschiedlichen Regionen Zentraleuropas zu offerieren.

UNIQA Go Ahead



Wir bewegen uns in einem Umfeld, wo Wege glatt und kurvenreich sind und es mitunter auch einmal steil bergab geht. Unter diesen Bedingungen halten wir mit unserem Konzentrations- und Durchhaltevermögen den sicheren Stand.



Märkte und

In einem von politischen Spannungen und einer Vertrauenskrise an den internationalen Finanzmärkten geprägten Jahr 2002 blieb der Aufschwung der Weltwirtschaft hinter den Erwartungen zurück. Die Versicherungsbranche konnte sich diesem Trend auf Grund der Entwicklungen auf den Kapitalmärkten trotz dynamischem Prämienwachstum in einigen Sparten nicht entziehen. Den Kursanstieg der UNIQA Aktie um mehr als 27 % sehen wir als Bestätigung unserer Strategie.

UNIQA Aktie

Volkswirtschaftliche Rahmenbedingungen

Fragiler Aufschwung der Weltwirtschaft

Die Weltwirtschaft konnte sich 2002 von den Rückschlägen des vorangegangenen Jahres erholen. Doch der Aufschwung blieb fragil. Vor allem die anhaltenden politischen Spannungen, erratische Ölpreiserhöhungen und ungelöste Strukturprobleme vor allem in den westeuropäischen Industrieländern ließen die konjunkturelle Dynamik wieder erlahmen.

Der Attentismus von unternehmerischen Investoren und privaten Verbrauchern wie auch die von massiven Verlusten der Aktienkurse begleitete Vertrauenskrise an den internationalen Finanzmärkten gewannen erneut die Oberhand. Eine nachhaltige wirtschaftliche Besserung konnte sich daher nicht durchsetzen.

Weltproduktion nur unwesentlich höher

Während der Welthandel nach der Stagnation im vorangegangenen Jahr wieder um etwa 2,1 % zunahm, stieg die Weltproduktion mit 2,7 % nur unwesentlich stärker als 2001. Die globalen Wirtschaftsregionen leisteten dazu unterschiedliche Beiträge.

Rezession in den USA überwunden

Wichtigster Wachstumstreiber für die Industrieländer, deren Produktion unterdurchschnittlich um 1,4 % stieg, waren die Vereinigten Staaten. Die US-Wirtschaft fand 2002 aus der Rezession wieder auf einen – wenn auch noch holprigen – Expansionspfad zurück. Nicht zuletzt dank massiver Zinssenkungen und einer expansiven Finanzpolitik verbesserte sich das amerikanische Bruttoinlandsprodukt real um rund 2,4 %.

Kräftigste Konjunkturstütze war erneut der private Verbrauch. Er erwies sich trotz der Vermögensverluste an den Aktienmärkten nicht zuletzt wegen der weiter steigenden Verschuldung der Haushalte als äußerst robust. Auch der Wohnungsbau blieb auf hohem Niveau.

Der Staatshaushalt verzeichnete wegen rezessionsbedingter Einnahmeausfälle, aber auch bereits beschlossener Steuersenkungen und neuer Ausgabenprogramme, erstmals seit fünf Jahren wieder ein Defizit in Höhe von rund 1,5 % des Bruttoinlandsprodukts.

Ostasien zeigt weiter hohe Dynamik

Die ostasiatischen Schwellenländer und China zeigten 2002 wieder die international höchste wirtschaftliche Dynamik. Mit Zuwachsraten von bis zu 7,7 % sorgten sie dafür, dass sich die Expansion der Weltwirtschaft insgesamt deutlich stärker beschleunigte als in den Industrieländern.

Im Sog dieser fernöstlichen Aufholjagd konnte auch Japan auf Grund der vor allem im ersten Halbjahr 2002 stark steigenden Exporte und eines lebhaften privaten Verbrauchs die Rezession des Jahres 2001 überwinden. Anhaltende Überkapazitäten, weiter sinkende Investitionen und eine sich im Verlauf abschwächende Auslandsnachfrage verhinderten jedoch einen gefestigten Aufschwung. Vielmehr setzten sich wieder die deflationären Tendenzen mit sinkenden Preisen durch.

Finanzkrise über Lateinamerika

Äußerst angespannt blieb die Wirtschaftslage in Lateinamerika. Argentinien litt durch den Zusammenbruch seines Währungssystems unter chaotischen Finanzverhältnissen. Ein Kollaps des Bankenapparates konnte nur durch das Einfrieren nahezu aller Einlagen verhindert werden. Auch in Brasilien spitzte sich das Problem einer schleichenden realen Aufwertung bei gleichzeitig hohen Realzinsen mit dämpfenden Wirkungen auf die Investitionen erneut zu.

Schleppende Erholung in Euroland

Der Aufschwung im Euroraum ging nach ermutigenden Ansätzen für eine wirtschaftliche Belebung im Verlauf des Jahres 2002 zurück. Das gesamtwirtschaftliche Wachstum wurde durch die wieder einsetzende Flaute in den USA, die Verteuerung der Produktionskosten, steigende Ölpreise und die Zurückhaltung von Investoren und Verbrauchern auf nur noch 0,8 % abgebremst.

Erheblich blieben die Disparitäten im gemeinsamen Währungsgebiet: Die Expansionsraten der nationalen Produktion unterschieden sich um mehr als vier Prozentpunkte. Eine größere Konvergenz zeigte die Teuerung. Bei einem durchschnittlichen Anstieg des harmonisierten Verbraucherpreisindex um 2,2 % lagen die nationalen Inflationsraten im Euroraum nur um gut drei Prozentpunkte auseinander.



2,7%

Steigerung der Weltproduktion in 2002. Damit liegt sie nur unwesentlich höher als im Vorjahr.

Arbeitslosigkeit gestiegen

Die schwache Entwicklung des privaten Verbrauchs und der deutliche Rückgang der Ausstattungsinvestitionen führten 2002 zu einer erheblichen Unterauslastung der Kapazitäten in Euroland. Die Arbeitslosigkeit nahm zu.

Infolge der schwachen Wachstumsdynamik erhöhten sich die Defizite der öffentlichen Haushalte im Euroraum durch sinkende Einnahmen und höhere Ausgaben insbesondere auf Grund der steigenden Arbeitslosigkeit. Der Fehlbetrag kletterte insgesamt kräftig auf rund 2,4 % des Bruttoinlandsprodukts.

Anhaltend hohes Wachstum Mittel- und Osteuropas

Die mittel- und osteuropäischen EU-Beitrittsländer entwickelten sich insgesamt erneut äußerst positiv. Das Wachstum der gesamtwirtschaftlichen Produktion schwächte sich 2002 zwar auf 2,4 % ab, war damit aber noch deutlich kräftiger als in Westeuropa.

Bei sinkenden Inflationsraten und realen Lohnerhöhungen unterhalb der Produktivitätszuwächse blieb die Konsumnachfrage ein Motor der Konjunktur. Auch die Investitionstätigkeit war insgesamt weiterhin lebhaft.

Die fehlende Dynamik in Westeuropa bremste in den meisten Beitrittsländern allerdings den bisher gewohnten Anstieg der Exporte. Da die Importe unverändert kräftig zunahmen, verzeichneten die mittel- und osteuropäischen Länder wieder durchwegs Leistungsbilanzdefizite. Sie wurden aber überwiegend durch ausländische Direktinvestitionen finanziert, die in einigen Ländern sogar das Leistungsbilanzdefizit überstiegen.

Hartnäckige Investitionsschwäche in Polen

Polen als größte Volkswirtschaft in Mittel- und Osteuropa zeigte wegen der hartnäckigen Investitionsschwäche mit einem Anstieg des realen Bruttoinlandsprodukts um 1 % die geringste Dynamik, aber die höchste Arbeitslosigkeit und das größte staatliche Finanzierungsdefizit im Verhältnis zum Bruttoinlandsprodukt.

2,4 %

Produktionswachstum in den EU-Beitrittsländern war deutlich stärker als in Westeuropa.

Deutliche Fortschritte beim Abbau der Arbeitslosigkeit erzielten Ungarn, die Tschechische Republik und Slowenien. Diese Länder konnten ihr Wachstumstempo fast unverändert beibehalten; ihre Wirtschaftsleistung pro Einwohner hat sich am stärksten dem EU-Standard angenähert.

Grauer Konjunkturhimmel über Österreich

Mit der Verschlechterung der konjunkturellen Aussichten in Europa trübten sich auch in Österreich die Hoffnungen auf einen gefestigten Aufschwung seit dem Sommer 2002. Die gesamtwirtschaftliche Produktion wuchs mit rund 0,9 % indessen noch etwas kräftiger als im Durchschnitt von Euroland.

Investitionen auf Tiefpunkt

Die Investitionsbereitschaft der Unternehmen sank infolge der internationalen Vertrauenskrise auf einen Tiefpunkt. Die Investitionen in Ausrüstungen wurden um rund 10 % und damit wesentlich stärker als im EU-Durchschnitt gekürzt. Immerhin gaben die Konsumenten bei einem Anstieg der Verbraucherpreise von nur noch 1,8 % real knapp 1 % mehr aus als im Jahr zuvor.

Widerstandsfähig zeigten sich Ausfuhr und Tourismus. Österreichs Exporteure lieferten real 2,5 % mehr Waren ins Ausland und konnten ihre Position auf den Weltmärkten festigen. Da die Importe um 3,5 % sanken, schrumpfte das Leistungsbilanzdefizit auf nur noch 0,1 % des Bruttoinlandsprodukts.

Staatsfinanzen wieder im Defizit

Die Wachstumsschwäche führte nicht nur zu einem fühlbaren Anstieg der Arbeitslosenquote, die mit 4,1 % aber nur halb so groß war wie im EU-Durchschnitt. Die Konjunkturlaute führte auch zu deutlichen Steuerausfällen für den Staat. Nach einem Überschuss im Jahre 2001 dürfte im zurückliegenden Jahr ein Finanzierungsdefizit in Höhe von rund 1,5 % des Bruttoinlandsprodukts entstanden sein.

Entwicklungen in der Versicherungsbranche

Assekuranz leidet unter Ausfall an Einmalerlägen

Der Versicherungsmarkt in Österreich verlangsamte sein bisher überdurchschnittliches Wachstumstempo, das zwischen 1991 und 2001 bei durchschnittlich 6,8 % lag, auf Grund rückläufiger Einmalerläge. Das Prämienaufkommen stieg 2002 insgesamt nur um 2,1 % auf 12,7 Mrd. €. Im Geschäft mit laufender Prämienzahlung hat sich die Dynamik der Assekuranz mit einer Zunahme der Prämien um 5,9 % im Vergleich zu 2001 dagegen kaum verringert.

Die Lebensversicherung litt unter den Ausfällen an Einmalerlägen und verzeichnete einen Prämienrückgang um insgesamt 1,9 %. In der Risiko- und Alterssicherung mit laufender Prämienzahlung setzte sich die starke Expansion mit einem Zuwachs von 6,5 % dagegen fort. Auch die fondsgebundene Lebensversicherung legte trotz der schwachen Börsen weiterhin deutlich zu.

Wachstumstreiber Schaden-Unfall und Krankenversicherung

Wachstumstreiber der Versicherungswirtschaft waren 2002 die Schaden- und Unfallsparten. Sie beschleunigten den Anstieg ihrer Prämieinnahmen sogar leicht auf 6 % und bewegten sich damit aufwärts. Die Leistungen der Schaden- und Unfallversicherung erhöhten sich 2002 wieder überdurchschnittlich um 12 %. Drei Viertel des Anstiegs um 470 Mio. € waren auf Hochwasser- und der Rest auf Feuerschäden zurückzuführen.

Die Sanierungsanstrengungen in der Kfz-Haftpflichtversicherung bewirkten eine weitere Zunahme der Prämien um 5,6 %. Dennoch blieb die Lage trotz des moderaten Anstiegs der Leistungen um 1,2 % angespannt. Der derzeit erreichte Schadensatz von 80,3 % bewegt sich noch immer deutlich über dem langfristigen Zehnjahresdurchschnitt. Höhere Prämien sind vor allem im Neugeschäft und bei Fahrzeugwechsel zu erwarten.

Starke Zunahme der Feuerschäden

In der Feuer- und Betriebsunterbrechungsversicherung haben die Prämien 2002 um 5,86 % und damit so stark wie seit 1984 nicht mehr zugenommen. Bei einem gleichzeitigen Anstieg der Leistungen um 37 % kletterte der Schadensatz aber auf 86,3 % oder den zweithöchsten Stand seit 1964.

Die übrigen Schaden-Unfallsparten wie Unfall-, Kasko-, Haushalts-, Haftpflicht- oder Leitungswasserversicherungen steuerten eine unverändert kräftige Prämienenerhöhung um 6,2 % bei. Wegen des Hochwassers, das Schäden von voraussichtlich 350 Mio. € verursachte, stiegen die Leistungen indessen drastisch um 13,7 % auf 2,8 Mrd. € an.

12 %

Erhöhung der Leistungen in der Schaden- und Unfallversicherung der österreichischen Assekuranz.

Krankenversicherung mit sinkender Leistungsquote

Auch die Krankenversicherung trug zur Dynamik der Branche bei. Sie konnte ihre Expansion von 2001 durch einen Prämienzuwachs von 3,9 % mit kaum gebremstem Tempo fortsetzen. Da die Leistungen um nur 1,9 % wuchsen, hat sich das Verhältnis zu den Prämien auch im Jahr 2002 in einem nach wie vor schwierigen Umfeld verbessert. Die notwendigen Tarifierpassungen dürften wegen der günstigen Entwicklung der Leistungen geringer als in den vergangenen Jahren ausfallen.

Lebhaftere Entwicklung der Assekuranz im Jahr 2003

Die österreichische Assekuranz kann 2003 mit einer Beschleunigung ihres gesamten Prämienwachstums auf 3,7 % rechnen. Die Lebensversicherung dürfte nach dem Rückschlag durch ausfallende Einmalergläge mit einem Anstieg ihrer Prämieinnahmen um 2,9 % wieder auf ihren Expansionspfad einschwenken.

Da die österreichische Sekundärmarktrendite von durchschnittlich 4,45 % im Jahre 2002 auf 4,05 % im laufenden Jahr sinken dürfte, wird sich auch bei den gegenwärtigen Rechnungszinsen das Aufkommen aus der Lebensversicherung mit laufender Prämienzahlung dynamisch mit fast 7 % aufwärts entwickeln.

In der Krankenversicherung ist mit einer kaum schwächeren Zunahme der Prämieinnahmen um rund 3,5 % zu rechnen. Die Dynamik der Schaden-Unfall-Abteilung schwächt sich 2003 etwas ab; allerdings wird sie einen kräftigen Beitrag zum beschleunigten Wachstum der Branche leisten und darüber hinaus zur aufkommensstärksten Sparte aufrücken.



Internationale Finanzmärkte

Vertrauenskrise an den Finanzmärkten

Für die internationalen Finanzmärkte war 2002 eines der schwierigsten Jahre seit langer Zeit. Die großen Hoffnungen auf einen sich selbst tragenden Aufschwung der Weltwirtschaft wurden nach einer leichten Verbesserung der ökonomischen Indikatoren in den ersten Monaten 2002 schon im März mit dem Nahostkonflikt, dem Anstieg der Rohölpreise sowie wachsender Arbeitslosigkeit in den USA und Europa wieder zerstört. Die Inflationsrate in Euroland lag mit mehr als 2 % über der Zielmarke der Europäischen Zentralbank.

Die Zweifel an einem nachhaltigen und kräftigen Aufschwung verstärkten sich im zweiten Quartal. Das Vertrauen der Finanzwelt wurde mit dem Bekanntwerden von Unregelmäßigkeiten in der Buchführung des US-Unternehmens WorldCom und einer weiteren Kette negativer Meldungen über das Bilanzierungsverhalten internationaler Konzerne und schlechter Gewinnergebnisse schwer angeschlagen. Innerhalb weniger Wochen kam es zu einem massiven Kurssturz an den Aktienbörsen.

Flucht in Staatsanleihen hoher Bonität

Die tiefe Vertrauenskrise führte dazu, dass sich die Spreads von Unternehmensanleihen in einem ungewöhnlichen Maße ausweiteten, viele Ratings massiv herabgestuft wurden und Staatsanleihen von Entwicklungsländern verfielen. Anleger flohen aus Aktien in amerikanische und europäische Staatsanleihen hoher Bonität.

Die Verschlechterung des Stimmungsklimas beeinträchtigte mehr und mehr auch das realwirtschaftliche Wachstum. Die zu Jahresbeginn optimistischen Prognosen für die Weltwirtschaft wurden in den folgenden Monaten erheblich reduziert. Die Aktienmärkte sackten Anfang Oktober beim S & P 500 mit 768 Punkten und beim DJ Stoxx 50 mit 2.213 Punkten auf Jahrestiefstände. Auf Grund der fundamental niedrigen Unternehmensbewertungen setzte dann eine bis zum Jahresende unter Schwankungen anhaltende Erholung in einem seit drei Jahren von sinkenden Kursen geprägten Markt ein.

Wiener Börse wieder Outperformer in Europa

Auch im dritten Jahr massiver Kurseinbrüche an den internationalen Märkten hat die Wiener Börse 2002 ihre Rolle als Outperformer und beste Börse Europas behauptet. Nach schwachem Start machten die Notierungen durch kräftige Gewinne einzelner Titel und einen im Verlauf stabileren Anstieg die anfänglichen Rückstände zu den anderen europäischen Börsen mehr als wett. Viele österreichische Aktien profitierten deutlich von der konkreter werdenden Fantasie im Zusammenhang mit der EU-Osterweiterung.

Von elf der bekanntesten Börsenindizes konnte nur ein einziger, nämlich der österreichische ATX im Jahr 2002, eine Steigerung verzeichnen. Alle übrigen weisen zweistellige prozentuelle Rückgänge auf.

Der ATX schloss 2002 im Vergleich zum Vorjahresresultato mit einem Plus von 0,85 %, während die amerikanischen und europäischen Aktienmärkte massive Verluste von bis zu rund 44 % erlitten.

Zur Förderung der Aktienkultur in Österreich und insbesondere der Wiener Börse hat sich im Februar 2002 auf Initiative des Regierungsbeauftragten Richard Schenz, der Oesterreichischen Nationalbank sowie zahlreicher Wirtschaftsverbände und börsennotierter Unternehmen ein Kuratorium für den österreichischen Kapitalmarkt etabliert. Die Initiative soll die Plattform für gemeinsame Aktivitäten zur Stärkung des heimischen Kapitalmarktes und des Finanzierungspotenzials für Unternehmen sein.

Staatsanleihen als sicherer Hafen

Amerikanische und europäische Staatsanleihen galten bei den internationalen Anlegern 2002 als sicherer Hafen. Verstärktes Risikobewusstsein begründete die seit dem Frühsommer selbsttragende Zinsrallye. Die Renditen im 10-Jahres-Eurosegment erreichten Ende September nach starkem Anstieg die Marke von 4,25 %.

Wegen der politischen Unsicherheiten und der schwachen Verfassung der Weltwirtschaft dürfte die Risikoaversion der Anleger anhalten. Staatsanleihen und Emissionen bester Bonität werden daher gefragt bleiben. Wegen der außerordentlichen Volatilität muss der Markt allerdings intensiv beobachtet werden.

Späte Lockerung der Geldpolitik

Die Notenbanken konnten sich 2002 wegen befürchteter Inflationsgefahren durch den Anstieg der Geldmengen und der Ölpreise erst gegen Jahresende zu einer weiteren Lockerung ihrer Geldpolitik entschließen. Die US-Notenbank senkte am 6. November die Federal Funds Rate um 0,5 Prozentpunkte auf 1,25 %, – den niedrigsten Stand seit 1961. Der Realzins nach Abzug der Inflationsrate war damit deutlich negativ.

Die Europäische Zentralbank folgte mit einer Senkung des Mindestbietungssatzes für Hauptrefinanzierungsgeschäfte um 0,5 Prozentpunkte auf 2,75 %. Der Dreimonatszins erreichte Ende Dezember 2,95 % und war um 0,4 Prozentpunkte niedriger als ein Jahr davor. Die Rendite der zehnjährigen Staatsanleihen befand sich mit rund 4,5 % oder real 2,7 % auf niedrigem Niveau.

Die Bank von Japan setzte ihre Niedrigzinspolitik fort und führte den Banken durch den Aufkauf von Staatsanleihen weitere Liquidität zu. Jedoch wird die Wirksamkeit ihrer Geldpolitik weiterhin durch die ungelöste Sanierung des Bankensektors stark beeinträchtigt.



Finanzanlagestrategie von UNIQA

UNIQA setzt auf Staatsanleihen

Obwohl zu Beginn des Jahres 2002 und im ersten Quartal mit einer weltwirtschaftlichen Erholung gerechnet wurde, erhöhten wir in unserer Veranlagung die Aktienquote nur geringfügig. Der Großteil unserer Neuanlagen wurde in Anleihen bester Bonität investiert, vom dritten Quartal an fast ausschließlich in Government Bonds. In allen Assetklassen nahmen wir durch aktives Management defensive Positionen ein. Investitionen im Bereich der Alternative Investments wurden zurückgestellt. Durch unsere langfristig stabile, auf Substanz ausgerichtete Veranlagungspolitik haben wir das schwierige Jahr 2002 sehr gut überstanden.

UNIQA Alternative Investments GmbH

Nach der Gründung im April 2002 erhielt die UNIQA Alternative Investments GmbH (UAI) Ende Oktober von der Finanzmarktaufsicht (FMA) die Konzession zum Betrieb eines großen Wertpapierdienstleistungsunternehmens für den gesamten EU-Raum. Die neu gegründete Gesellschaft bietet Asset-Management-Dienstleistungen im Bereich von Asset-backed Securities und Alternative Investments für UNIQA Konzerngesellschaften und institutionelle Dritte an. Hiermit wird erstmals konzernfremden Dritten der Zugang zur Portfoliomanagementkompetenz von UNIQA in diesen Bereichen angeboten. Als Zielgruppe wurden institutionelle Investoren – Banken, Sparkassen, Versicherungen und Pensionskassen – definiert. Das spezialisierte Team setzt einen strukturierten Investmentprozess ein, der, gestützt auf quantitative und qualitative Modelle sowie Analysen, sich in den letzten Jahren bewährt hat.

Im Jahr 2002 konnten bereits Mandate von signifikanter Größe gewonnen werden. Dieser Erfolg hat die Strategie des Unternehmens bestätigt, mit einem hoch spezialisierten Asset-Management-Team im äußerst kompetitiven Investment-Management-Markt Fuß zu fassen. Die Geschäftsführung erwartet, dass bereits im Jahr 2003 Mandate für konzernfremde Dritte mehr als 50 % des verwalteten Vermögens ausmachen werden.

Mit einem Team von acht Spezialisten verfügt die UAI über jene Ressourcen, die die Komplexität der Investments erfordert, um einen detaillierten Investmentprozess umzusetzen. Dadurch wird einerseits die erforderliche Spezialisierung ermöglicht und andererseits gewährleistet, dass bei einer steigenden Anzahl von Mandaten die Qualitätsstandards beibehalten werden.

Prognose für das Jahr 2003

Weltwirtschaft dürfte 2003 stärker wachsen

Nach einem Verlust der Aktienkurse an den Weltbörsen von rund 33 % im vergangenen Jahr dürften 2003 mit dem Abklingen der politischen Unsicherheiten die wirtschaftlichen Auftriebskräfte international nicht zuletzt wegen der expansiven Impulse durch die Geldpolitik langsam wieder die Oberhand gewinnen.

Trotz anhaltender Konjunkturrisiken durch einen zunehmenden Lohn- und Preisdruck ist mit einem beschleunigten Anstieg der Weltproduktion um rund 3,5 % zu rechnen. In den Industrieländern wird das Bruttoinlandsprodukt allerdings nur um 2 % zunehmen.

Investitionsbelebung in Österreich

Die Wirtschaft in Österreich sollte im laufenden Jahr mit real etwa 2 % deutlich stärker zunehmen als 2002. Der private Verbrauch wird nicht so stark wie die verfügbaren Einkommen steigen und eine höhere Sparquote erlauben. Die bis Ende 2003 befristete Investitionsprämie kann die Investitionsneigung wiederbeleben und zu einer Ausweitung der Ausrüstungsinvestitionen um rund 5 % führen.

Trotz etwas günstigerer Konjunkturperspektiven wird sich die Beschäftigung nur unwesentlich verbessern und die Arbeitslosenquote stagnieren. Steigende Steuerausfälle wie auch höhere Ausgaben für Hochwasserhilfe und Arbeitslosengeld dürften zu einem Budgetdefizit von rund einem Prozent des Bruttoinlandsprodukts führen. Die Sekundärmarkrendite für zehnjährige Bundesanleihen, die 2002 bei rund 5 % lag, wird 2003 im Jahresdurchschnitt sinken.

2 %

soll die österreichische Wirtschaft real in 2003 wachsen. Eine deutliche Zunahme im Vergleich zum Jahr 2002.

UNIQA Aktie

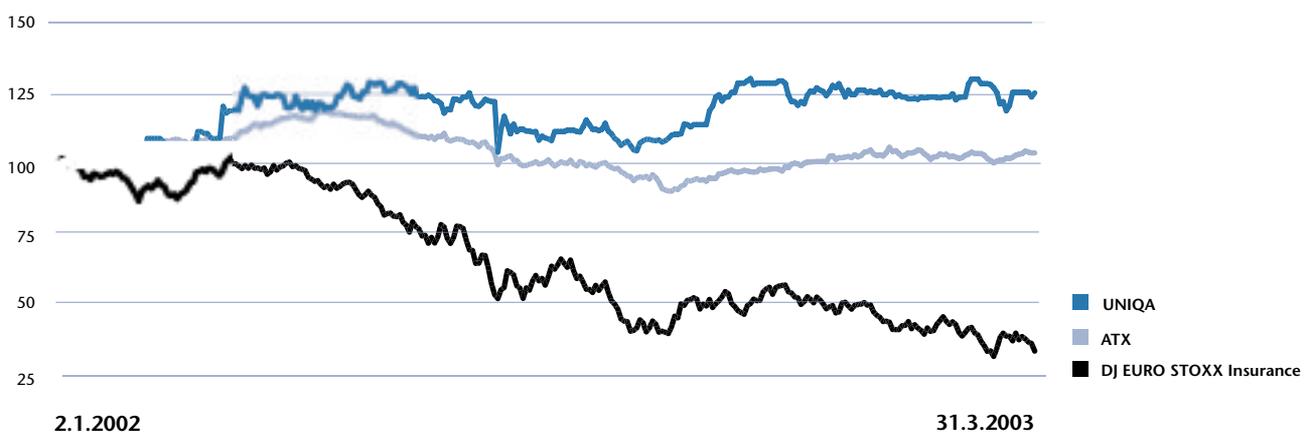
UNIQA mit 26 % Kursgewinn Highflyer der Börse

Nach der Neustrukturierung des Konzerns notiert die UNIQA Aktie seit dem 18. November 1999 an der Wiener Börse und seit Anfang 2002 im Prime Market, dem neuen Top-Segment. Die UNIQA Aktie gehört dem ATX, dem ATX Prime und dem FTSE World Index an.

Die UNIQA Aktie war 2002 einer der Highflyer an der Wiener Börse. Der Kurs zog im Verlauf unter Schwankungen bei einem Hoch von 8,1 € und einem Tief von 6,15 € bis zum Jahresende auf 7,99 € im Vergleich zu Ultimo 2001 um 26,03 % an. Die UNIQA Aktie hat damit die Entwicklung von ATX und FTSE Insurance Sector um Längen geschlagen. Die Marktkapitalisierung des UNIQA Konzerns an der Börse ist somit auf 957 Mio. € im Vergleich zu 759 Mio. € Ende 2001 gestiegen.

Wir betrachten dies als großen Erfolg und eine sichtbare Anerkennung der überdurchschnittlich positiven Entwicklung unseres operativen Geschäfts und unserer vorsichtigen Kapitalveranlagung.

UNIQA Aktie 2002/03 in %



Aktie

Technische Details zur Aktie:

Wertpapierkürzel: UQA

Marktsegment:
Prime Market der Wiener Börse

Handelssegment:
Amtlicher Handel

ISIN: AT0000821103

Bestandteil folgender Indizes:
WBI, ATX, ATX Prime

Rückkaufsprogramm der UNIQA Aktie

Im Rahmen unseres Rückkaufsprogramms, das voraussichtlich bis 20.6.2003 läuft, sind wir berechtigt, bis zu 10 % des Grundkapitals der UNIQA Versicherungen AG, das sind 11.977.780 auf Inhaber lautende Stückaktien, zu erwerben. Bis zum 31.12.2002 haben wir 7.197.058 Aktien mit einem Gegenwert von 46,628 Mio. € zurückgekauft. Am 2.10.2002 wurden im Zuge des Erwerbs der restlichen Anteile an der Financelife Lebensversicherung AG (vormals MLP-Lebensversicherung AG, Wien) 1.925.792 Aktien als Teil des Kaufpreises an die MLP Deutschland übergeben. Damit ergibt sich ein Bestand an eigenen Aktien zum 31.12.2002 von 5.271.266 im Gegenwert von 34,798 Mio. €.

Neugestaltung der elektronischen Kommunikationswege

In der Zusammenarbeit mit der Financial Community verfolgen wir eine transparente und dauerhafte Kommunikationspolitik. Wir halten unsere Investoren und Anleger daher stets auf dem Laufenden. Die völlige Neugestaltung des Investor-Relations-Bereichs auf unserer Website „UNIQUAGROUP.com“ trägt maßgeblich zur Optimierung der elektronischen Kommunikation bei.

Zur gezielten Betreuung unserer Aktionäre, Analysten und Kunden stellen wir den aktuellen Geschäftsbericht erstmals auch in einer interaktiven Online-Version auf unserer Website zur Verfügung. Texte, Zahlen und Grafiken präsentieren sich übersichtlich, serviceorientiert und leicht navigierbar. Um den Online-Geschäftsbericht auch unseren Partnern, Investoren und Analysten im Ausland zugänglich zu machen, ist dieser auch in englischer Sprache verfügbar.

Finanzkalender für das Jahr 2003:

ordentliche Hauptversammlung	19. Mai 2003
1. Quartalsbericht 2003	30. Mai 2003
Ex-Dividenden-Tag	2. Juni 2003
2. Quartalsbericht 2003	29. August 2003
3. Quartalsbericht 2003	28. November 2003