

NUMMER SICHER

VIENNA INSURANCE GROUP BEILAGE ZUM KONZERNBERICHT 2016

Über
50%
des Volumens kommen aus CEE.

EUR 9,1 Mrd. Prämien
Ein Plus von 4,4% ohne Einmal-
erläge aus der Lebensversiche-
rung.

EUR 406,7 Mio. Gewinn vor Steuern
Damit wurde unser ambitioniertes Ziel, den Vorjahresgewinn
auf bis zu EUR 400 Mio. zu verdoppeln, mehr als erfüllt.
Die Hälfte des Ergebnisbeitrags stammt dabei aus
den CEE-Märkten.

97,3% Combined Ratio
Infolge des soliden technischen
Ergebnisses liegt die Combined Ratio
auch im Jahr 2016 deutlich unter der
100%-Marke.

AKTUELL

Finanzbericht 2016

Zahlen, Fakten, Daten. Alles Wissenswerte zum Geschäftsjahr 2016.



DIVIDENDE ERHÖHT

Der Konzernvorstand wird den Gremien eine Erhöhung der Dividende auf 80 Cent je Aktie vorschlagen. **Seite 14**

Die VIG-Aktie: Kapitalstärke plus

Die Kapitalstärke des Konzerns ist ein Hauptargument für ein Investment in die VIG. Daneben punktet das Unternehmen mit Stabilität und Sicherheit. Dass diese Strategie am Markt gut ankommt, beweist die Tatsache, dass die internationale Ratingagentur Standard & Poor's das VIG-Rating „A+“ mit stabilem Ausblick auch 2016 bestätigt hat. **Seite 14**

Die VIG übernimmt Verantwortung

Im Konzern wurde das weite Feld der Corporate Social Responsibility (CSR) mittels Stakeholderbefragung und Wesentlichkeitsanalyse eingegrenzt. Das sind wichtige Richtungsweiser für die zukünftige Ausrichtung der VIG und definieren die zentralen sozialen und ökologischen Themen. Denn die VIG ist sich ihrer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst. **Seite 16**



VIENNA INSURANCE GROUP
Wiener Versicherung Gruppe

INHALT

CEE.....	2
Vorstand.....	4
Strategie	6
Initiativen.....	8
Zukunftstrends	10
Highlights aus den Märkten	12
VIG am Kapitalmarkt	14
CSR	16
Employer of Choice	18
VIG auf einen Blick	20



Unser Kompass zeigt nach Osten **2016 haben wir unseren Weg konsequent verfolgt und ein wichtiges Versprechen eingehalten.**

Der Kompass ist eine chinesische Erfindung aus dem 11. Jahrhundert. Ursprünglich lebensnotwendig in der Seefahrt, steht er heute als Synonym für Orientierung und Zielstrebigkeit. Auch Unternehmen benötigen einen Kompass, um ihre Ziele nicht aus dem Blick zu verlieren.

Der Kompass der Vienna Insurance Group (VIG) weist eine Besonderheit auf: Er zeigt nach Osten. Denn in der Region Zentral- und Osteuropa (CEE) ist unser Konzern mit Sitz in Österreich zuhause. In CEE bauen wir auf ein Potenzial von rund 180 Millionen Kunden, deren Wohlstand und Versicherungsbedarf kontinuierlich im Wachsen begriffen sind (Seite 2).

Bereits die Hälfte unseres Ertrages wird in dieser Region erwirtschaftet. CEE hat einen ganz wesentlichen Anteil daran, dass wir unseren Gewinn vor Steuern im Jahr 2016 auf EUR 406,7 Mio. verdoppeln konnten. Ein Versprechen,

das wir gegeben haben und nur allzu gern erfüllen. Nicht zuletzt basiert dieser Erfolg auch auf unserer konservativen Veranlagungsstrategie, der wir uns als Versicherungskonzern verpflichtet fühlen und von der wir auch in unruhigen Zeiten nicht abrücken.

Unser Konzern ist in den letzten 25 Jahren enorm gewachsen. Das bedeutet neue Kulturen und Märkte gepaart mit einem bewährten Geschäftsmodell. All das muss man in Einklang bringen, um den Blick für das große Ganze zu schärfen. Eine entsprechende Orientierungshilfe – wenn auch keinen Kompass im herkömmlichen Sinn – bieten wir unseren Mitarbeitern im Rahmen unterschiedlicher Mobilitätsprogramme, die den Austausch unter den 50 Konzerngesellschaften der Vienna Insurance Group fördern (Seite 18).

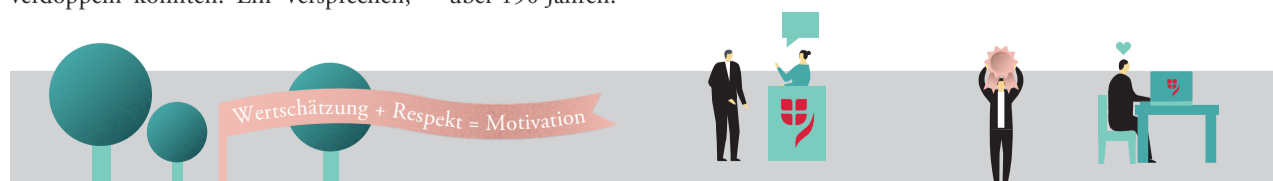
Unser Kompass weist den richtigen Weg und der führt zum Erfolg – seit über 190 Jahren.

HIGHLIGHTS

Der Vorstand am Wort
Warum Sie auch in Zukunft mit der VIG rechnen können. **Seite 4**

Neues strategisches Arbeitsprogramm
Im Fokus stehen die Absicherung der Zukunftsfähigkeit, die Optimierung des Geschäftsmodells sowie die Aspekte Organisation und Zusammenarbeit. **Seite 8**

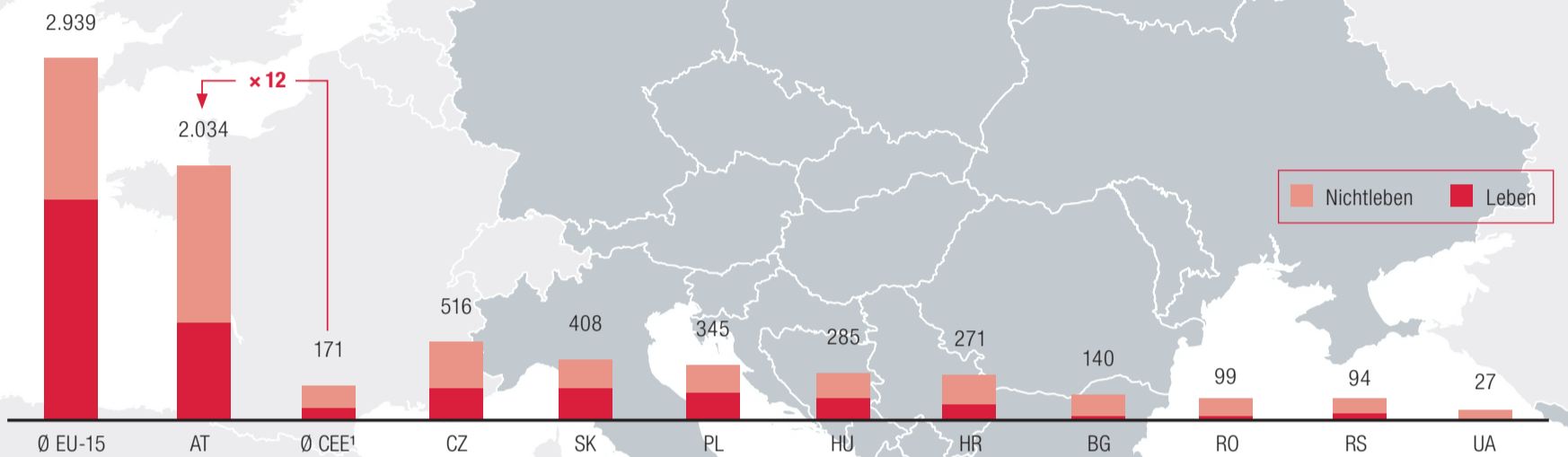
Highlights aus den VIG-Märkten
Was sich 2016 in den VIG-Gesellschaften getan hat. Einen Auszug daraus lesen Sie auf **Seite 12**



WACHSTUMSMARKT ZENTRAL- UND OSTEUROPA

Versicherungsprämien pro Kopf in Euro

Es besteht enormer Aufholbedarf der Länder Zentral- und Osteuropas in Bezug auf Versicherungsschutz und Absicherung des steigenden Wohlstandes. Die CEE-Versicherungsmärkte sind noch lange nicht gesättigt, die Wachstumsraten liegen deutlich über jenen westeuropäischer Länder.



Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis von Veröffentlichungen der nationalen Versicherungsaufsichtsbehörden und -verbänden sowie des IWF und Swiss Re (Sigma); ¹ gewichteter Durchschnitt aller VIG CEE-Märkte, 2015

Vom „Local Hero“ zum CEE-Konzern „Wir haben noch Luft nach oben“

Als Pionier braucht man vor allem zweierlei: eine gehörige Portion Mut und einen langen Atem. So manches heimische Unternehmen hat nach dem Fall des Eisernen Vorhangs diese Tugenden an den Tag gelegt und offensiv in den damals neuen Markt Zentral- und Osteuropa investiert. Vier von ihnen erklären hier, warum sie nach wie vor von diesem Schritt überzeugt sind und was sie für die Zukunft planen.

Der Wiener Ringturm ist mehr als das erste Bürohochhaus Österreichs. Bei ihrer Eröffnung 1955 war die Konzernzentrale der Vienna Insurance Group ein Symbol der wiedererlangten Freiheit des Landes und des gerade beginnenden wirtschaftlichen Aufstiegs. Nur wenige Kilometer weiter östlich sah die Situation allerdings ganz anders aus. Europa war geteilt und im Osten des Kontinents herrschten Unfreiheit und Planwirtschaft.

Dass Österreich über viele Jahrzehnte vom Wirtschaftsraum Zentral- und Osteuropas abgeschnitten war, ist heute im Ringturm nicht mehr spürbar. Im Gegenteil – wer heute das Eingangsfoyer der Konzernzentrale betritt, ist sofort umringt von zentraleuropäischer Vielfalt. Deutsch, Kroatisch, Tschechisch, Rumänisch – an

jeder Ecke wird eine andere Sprache gesprochen.

Wohlstandsangleichung bringt Wachstum

Als Anfang der 1990er Jahre der Eisernen Vorhang fiel, haben viele heimische Unternehmen diese Chance beim Schopf gepackt und intensiv in CEE investiert. „Ohne die Expansion in die Nachbarländer gäbe es die heimischen Banken in dieser Form gar nicht mehr“, ist Erste Group CEO Andreas Treichl von der Wichtigkeit des damaligen Schrittes überzeugt. „Diese Expansion war für uns sowie für die gesamte heimische Wirtschaft ein ganz wichtiger Schritt. Und dieser basierte auf der Annahme, dass es zu einer Angleichung des Wohlstandes an den in Westeuropa kommen wird.“ Treichl macht das an der

Tatsache fest, dass die Regionen rund um Prag und Bratislava heute bereits wohlhabender sind als der EU-Durchschnitt.

Ein Aufholprozess, der anderen Ländern in CEE noch bevorsteht und der noch längst nicht abgeschlossen ist. Das manifestiert sich nicht zuletzt in den Wachstumsraten dieser Länder im Vergleich zu Westeuropa. Während der jährliche Zuwachs des Bruttoinlandsprodukts zwischen 2016 und 2019 in der Eurozone mit 1,5% erwartet wird, liegt etwa die Prognose für die Slowakei bei 3,6% oder für Polen bei 3,3%. Es kommt nicht von ungefähr, dass die Erste Group Tochterbanken in der Tschechischen Republik und der Slowakei heute drei Viertel zum Ertrag des Konzerns beitragen.



Elisabeth Stadler, CEO der VIG

Die Pro-Kopf-Ausgaben für Versicherungen liegen im CEE-Markt nur bei rund einem Zwölftel des österreichischen Niveaus.



Auch die Vienna Insurance Group ist stark in CEE verankert und in vielen Ländern dieser Region Marktführer. „Wir haben bereits 1990 in die damalige

VON ÖSTERREICH NACH CEE – EXPANSIONSTORY DER VIG

1824 wurde der Grundstein für die erfolgreiche VIG-Geschichte gelegt. 1990 wagte das Unternehmen mit der Gründung der Kooperativa in der ehemaligen Tschechoslowakei den Expansionsschritt nach CEE. 2014 konnte mit dem Markteintritt in Moldau das letzte CEE-Land erschlossen werden. Inzwischen ist die VIG in 25 Ländern aktiv.





Oliver Schumy, CEO der Immofinanz

Die osteuropäischen Länder weisen eine vergleichsweise geringe Staatsverschuldung auf. Budgetdefizite in der Region befinden sich auf niedrigem Niveau.



Tschechien investiert und mittlerweile sind wir klarer Marktführer in unseren Märkten Österreich und CEE“, erklärt Elisabeth Stadler, CEO der VIG. Heute erzielt der Versicherungskonzern rund die Hälfte seines Gewinns in der CEE-Region, bei den Prämien liegt der Anteil sogar etwas über 50%.

Kein gesättigter Markt in CEE

Was CEE als Markt so interessant macht, ist die Tatsache, dass das Aufholpotenzial, im Sinne der Durchdringung mit unterschiedlichen Produkten, noch lange nicht abgeschlossen ist. „Während wir in Österreich von einem durchaus gesättigten Versicherungsmarkt sprechen, wo Themen wie Vorsorge und Gesundheit einen hohen Stellenwert haben, stehen in den meisten CEE-Staaten nach wie vor die Absicherung der materiellen Werte wie Auto, Haus oder Wohnung im Vordergrund“, so Stadler. Entsprechend liegen die Ausgaben für Versicherungen in CEE heute erst bei rund einem Zwölftel des österreichischen Niveaus.

Die steigende Lebensqualität und Kaufkraft führen zu zunehmender Nachfrage nach höherwertigen Produkten und Dienstleistungen. Das bestätigt auch Oliver Schumy, CEO der Immofinanz: „In CEE erzielen wir aktuell den Großteil unserer Mieterlöse. Je kräftiger das Wirtschaftswachstum ausfällt, desto besser gestaltet sich die Nachfrage nach modernen Büroflächen. Eine steigende Kaufkraft wiederum, die von Lohnwachstum und höheren Beschäftigungsraten gestärkt wird, führt zu höheren Umsätzen der Einzelhändler in unseren Shopping Centern und Retail Parks.“

Schumy betrachtet CEE unverändert als wichtigen Wachstumsmarkt. In sämtlichen Ländern der Region, in denen die Immofinanz tätig ist, sind die Investmentvolumina 2016 gestiegen. Für ihn ist auch noch der Aspekt der größeren Spielräume hinsichtlich öffentlicher Budgets wichtig.

„Die osteuropäischen Länder weisen eine vergleichsweise geringe Staatsverschuldung auf. Budgetdefizite in der Region befinden sich auf niedrigem Niveau. Auch haben sich die Länder in puncto Wettbewerbsfähigkeit verbessert. Dies sind allesamt Faktoren, die für die Region sprechen“, erklärt Schumy.

Technologie- und Innovationsmotor

Für Alejandro Plater, CEO und COO der Telekom Austria Group, ist ganz klar, dass der heutige Mehrheitseigentümer, América Móvil, auch wegen der Chancen in Osteuropa investiert hat. Neben dem wirtschaftlichen Aufwärtstrend in diesen Märkten führt er aber noch ein weiteres, sehr zentrales Pro-CEE-Argument ins Treffen: die Innovationskraft der Menschen vor Ort. „Vor allem hinsichtlich technologischer Veränderung und Digitalisierung sehen wir viele Chancen. Hier hat Osteuropa enormes Potenzial. Viele unserer unternehmensinternen Innovationen kommen von außerhalb Österreichs. Weißrussland war der erste Markt, wo wir unser Netzwerk vollständig virtualisiert haben und Teile unserer neuen TV-Produkte wurden in Kroatien entwickelt“, so Plater.



Alejandro Plater, CEO und COO der Telekom Austria Group

Zentral- und Osteuropa ist nach wie vor eine sehr attraktive Region. Mit ein Grund, warum unser Mehrheitseigentümer América Móvil in die Telekom Austria Group investiert hat.



Neben der Möglichkeit zu organischem Wachstum bietet CEE natürlich auch Chancen für Zukäufe. „In unserer Branche werden wir eine weitere Konsolidierung erleben, vor allem im Festnetz-Bereich. Alleine in Bulgarien gibt es zum Beispiel über 300 regionale Kabelgesellschaften, das bringt in einem Skalengeschäft auch für die Konsumenten keine Vorteile. Unsere Strategie ist auf Wachstum ausgerichtet: im Kerngeschäft, mit neuen Produkten und nicht zuletzt durch Akquisitionen“, erklärt Plater.

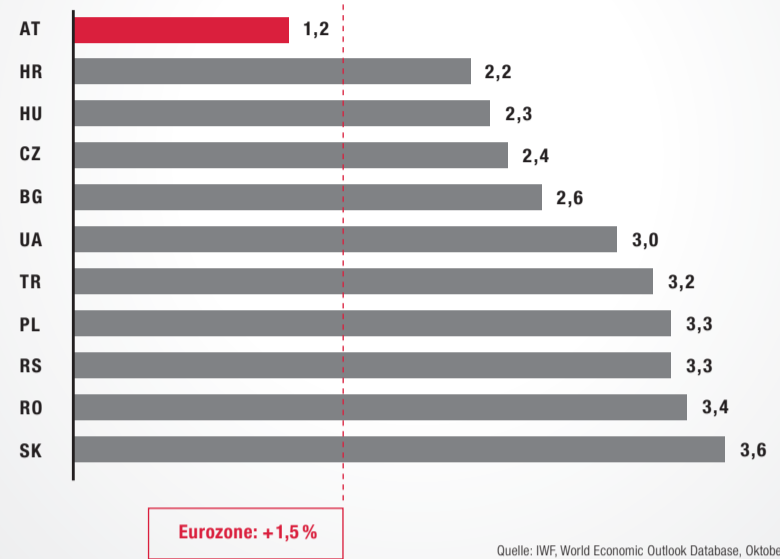
Weitere Zukäufe sind auch eine Option für die VIG, die mittlerweile schon mit rund 50 Gesellschaften in der Region tä-

BIP-WACHSTUM

PROGNOSTIZIERTE ENTWICKLUNG WIRTSCHAFTSWACHSTUM

Reales BIP-Wachstum p.a. 2016-19 in %

Das für die kommenden Jahre prognostizierte Wirtschaftswachstum liegt in den Märkten Zentral- und Osteuropas deutlich über jenem in Österreich und in der Eurozone.



Quelle: IWF, World Economic Outlook Database, Oktober 2016

tig ist. CEO Stadler hat schon verkündet, Appetit auf mehr zu haben. „Das umfasst sowohl organisches Wachstum durch bestehende Geschäftserweiterungen als auch Zukäufe. Bei all unseren Überlegungen muss natürlich immer die Profitabilität im Vordergrund stehen. Was sich nicht rechnet, bleibt für uns tabu.“ Damit soll die Position als größte Versicherungsgruppe in Österreich und CEE abgesichert und ausgebaut werden.

Zuversicht und Appetit auf mehr

Ob ein Wirtschaftsraum das ihm gegebene Potenzial auch ausschöpfen kann, liegt nicht zuletzt an der Grundstimmung und Einstellung der Bevölkerung. Telekom Austria Chef Plater attestiert den Menschen in CEE einen größeren Wunsch nach Veränderung und einem besseren Leben. „Im Westen hingegen überwiegt derzeit der Pessimismus, wenn auch völlig unbegründet. Das hat natürlich starke Auswirkungen auf Investitionen und damit die wirtschaftliche Entwicklung. Wir brauchen eine neue Aufbruchsstimmung und das Zeitalter der Digitalisierung bietet dafür genügend Anlass“, meint Plater.

Auch Erste Bank CEO Treichl erklärt das stärkere Wachstum im Osten des Kontinents zum Teil mit der unterschiedlichen Herangehensweise: „Das hängt meiner Meinung auch damit zusammen, dass die Menschen in dieser Region ihren Wohlstand mehren wollen, an sich glauben und daher bereit sind, Risiko zu übernehmen. Das ist im Westen Europas in dieser Form fast nicht mehr zu finden.“

Dieser Wille nach mehr hievt CEE auf absehbare Zeit in die ökonomische

Poleposition. Österreich grenzt an diesen Wirtschaftsraum und profitiert überdurchschnittlich von diesem Aufwärtstrend, weil viele heimische Unternehmen den Sprung vom ehemaligen „Local Player“ zur festen Größe in CEE geschafft haben. Die Zukunft dieser Unternehmen baut auf dieser Wachstumsregion auf.

Es ist ein Zusammenwachsen im besten Sinne des Wortes, das von Konzernen wie diesen getragen wird. Die Größenordnungen bringt Elisabeth Stadler von der VIG auf den Punkt: „Zu Beginn der Ost-Expansion lag unser Prämienvolumen bei EUR 1 Mrd. Heute stehen wir bei etwas über EUR 9 Mrd. und wir haben noch Luft nach oben.“



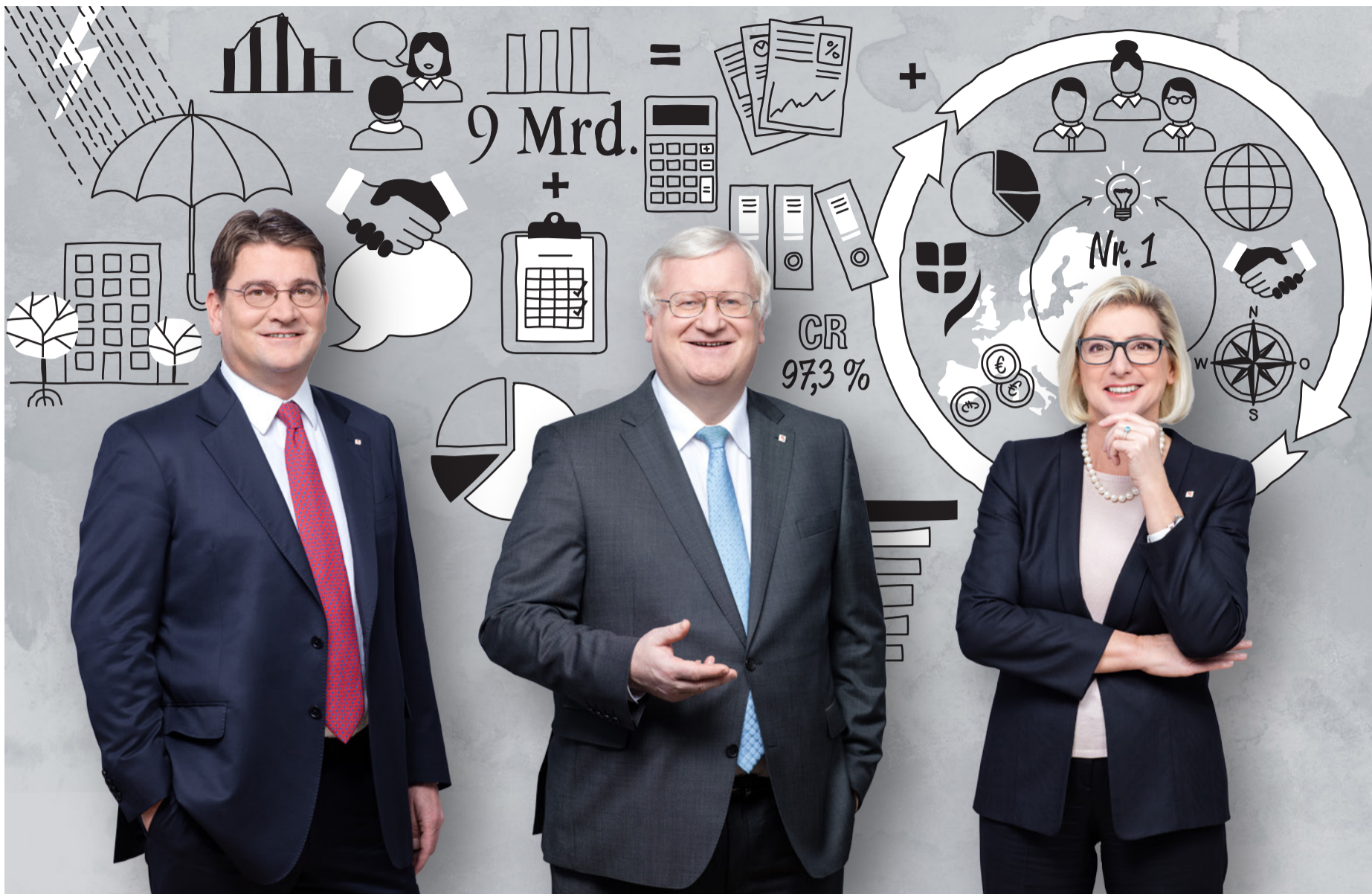
Andreas Treichl, CEO der Erste Group

Wenn es um Standortfragen geht, kommt man nicht herum, sich CEE näher anzusehen.



Jahr	Erweiterte Märkte
2001	Rumänien
2002	Bulgarien, Weißrussland
2003	Serbien
2004	Slowenien, Ukraine
2005	Georgien
2007	Albanien, Mazedonien, Türkei
2008	Estland, Lettland, Litauen
2010	Montenegro
2011	Bosnien-Herzegowina
2014	Moldau
2016	ÖSTERREICH & CEE

ÖSTERREICH & CEE	
Prämien:	EUR 9,1 Mrd.
Mitarbeiter:	über 24.000
Gesellschaften:	rd. 50



2016

EUR 9,1 Mrd. Konzernprämien

Bereinigt um Einmalumlage aus der Lebensversicherung liegt der Anstieg bei 4,4 %.

EUR 406,7 Mio. Gewinn vor Steuern

Mit diesem Ergebnis konnte die gesetzte Zielrichtung – die Verdoppelung des Vorjahresgewinns auf bis zu EUR 400 Mio. – mehr als erfüllt werden.

97,3 % Combined Ratio netto

Infolge des soliden technischen Ergebnisses liegt die Combined Ratio auch im Jahr 2016 deutlich unter der 100 %-Marke.

EUR 0,80 geplante Dividende je Aktie

wird der Hauptversammlung am 12. Mai 2017 im Rahmen der kontinuierlichen Dividendenpolitik vorgeschlagen.

Über 10 % Marktanteil in Serbien

Bereits 2016 konnte der Marktanteil in Serbien durch Zukäufe wesentlich erhöht werden.

Expansion in Serbien und Rumänien

Der erfolgreiche Expansionskurs der VIG in CEE wurde durch Zukäufe in Serbien und Rumänien auch im Jahr 2016 fortgesetzt.

Mit uns können

2016 war für die Versicherungsbranche erneut sehr herausfordernd. Unter den mittlerweile chronisch niedrigen Zinsen leidet vor allem der Geschäftsbereich der Lebensversicherung. Zum einen erwarten Kunden eine vernünftige Rendite, zum anderen sind wir als Versicherung einer konservativen Veranlagungspolitik verpflichtet.

Umso erfreulicher ist es, dass wir in diesem schwierigen Umfeld dennoch unsere Konzernprämien stabil bei etwas über EUR 9 Mrd. halten konnten. Unterm Strich steht ein Plus von 0,3 %. Bereinigt um Einmalumlage aus der Lebensversicherung liegt der Anstieg sogar bei 4,4 %.

Wachstum in CEE

Erreicht werden konnte das nur durch unsere starke Präsenz in CEE. Wir erwirtschaften dort mittlerweile bereits mehr als die Hälfte unserer Prämieinnahmen, und während in Österreich ein Minus von 2,8 % (plus 0,7 % ohne Leben-Einmalumlage) verzeichnet wurde, war das Plus in unseren Wachstumsmärkten zum Teil sehr bemerkenswert. Der wirtschaftliche Aufwärtstrend macht sich in CEE deutlich bemerkbar. So lag beispielsweise der Zuwachs in Rumänien bei 24,4 %, in der Türkei bei 15,3 % und in Ungarn bei 9,8 %.

In CEE war auch das Plus bei der Kfz-Haftpflichtversicherung erfreulich. Allerdings besteht in diesem Geschäfts-

feld ein starker Konkurrenzdruck und zum Teil werden regulatorische Maßnahmen zum Nachteil der Versicherungen gesetzt. Zum Beispiel wurde in Rumänien die Kfz-Haftpflichtversicherung seitens der Regierung für sechs Monate mit einem Maximallimit bedacht. Wir behalten solche Entwicklungen im Auge und würden, sobald die Profitabilität bedroht ist, nicht davor zurückschrecken, entsprechende Maßnahmen zu setzen.

Aber natürlich haben wir in CEE auch weiterhin Appetit auf mehr, sei es durch organisches Wachstum oder durch weitere Zukäufe. Mit Polen, Ungarn, Serbien und Kroatien haben wir vier Wachstumsmärkte definiert, in denen wir mittelfristig einen Marktanteil von über 10 % anstreben. Dies konnten wir in Serbien bereits 2016 durch den Kauf der AXA-Gesellschaften erreichen.

„Mit uns können Sie rechnen“ ist mehr als nur eine Floskel. Es ist unsere Zusage, dass die Einhaltung unserer Versprechen an erster Stelle steht. Das betrifft unsere CEE-Strategie, die wir seit Jahren konsequent umsetzen, aber auch unseren Ertrag. Für 2016 haben wir uns die Verdoppelung unseres Gewinns vor Steuern auf bis zu EUR 400 Mio. vorgenommen. Diese Ankündigung konnten wir realisieren, trotz der negativen Auswirkungen des Niedrigzinsumfelds, aber – das soll nicht unerwähnt bleiben – auch durch einen positiven Einmaleffekt im Finanz-

ergebnis aufgrund der Einigung des Kärntner Ausgleichszahlungs-Fonds mit den Gläubigern der HETA, zu denen auch die Vienna Insurance Group gehört.

Durch die Annahme des Vergleichs, dessen Annahmefrist am 7. Oktober 2016 endete, konnten die zuvor abgeschrieben Schuldtitel um rund EUR 40 Mio. aufgewertet werden.

Erhöhung der Dividende

Weiterhin verpflichtet sehen wir uns natürlich unserer kontinuierlichen Dividendenpolitik. Diese sieht vor, zumindest 30 % des Konzernnettogewinns (nach Minderheiten) an die Aktionäre auszuschütten. Entsprechend werden wir der Hauptversammlung eine Erhöhung der Dividende auf 80 Cent je Aktie vorschlagen.

Was das Verhältnis von Kosten für eingetretene Schäden zu unseren Prämieinnahmen betrifft, konnten wir 2016 die Combined Ratio des Konzerns mit 97,3 % im Vergleich zu den Vorquartalen weiter senken. Klares Ziel ist, die Profitabilität der VIG weiter zu steigern und zukünftig die Combined Ratio in Richtung 95,0 % zu verbessern.

Beleg für unseren Weg und der daraus resultierenden exzellenten Kapitalausstattung ist das „A+“-Rating mit stabilem Ausblick, das 2016 von der Ratingagentur Standard & Poor's erneut



Das Vorstandsteam der VIG: Peter Höfinger, Martin Simhandl, Elisabeth Stadler, Judit Havasi, Franz Fuchs, Roland Gröll (v.l.n.r.)

Sie rechnen

Der Vorstand der VIG zum abgelaufenen Geschäftsjahr und dazu, was Sie darüber hinaus vom Marktführer in Österreich und Zentral- und Osteuropa erwarten dürfen.

bestätigt wurde. Damit verfügen wir über das beste Rating aller im Wiener Leitindex ATX vertretenen Unternehmen.

Rechnen Sie mit uns – auch abseits der nackten Zahlen

Der große Wettbewerbsvorteil der Vienna Insurance Group ist unsere Mehrmarkenstrategie mit lokalem Unternehmertum. Sie ist Ausdruck unserer Vielfalt und einer der wichtigsten strategischen Eckpfeiler der VIG. Es gibt zahlreiche Studien, die belegen, dass Unternehmen mit einer hohen Diversität besonders erfolgreich sind. Wir legen großen Wert auf die Berücksichtigung unterschiedlicher, lokaler Bedürfnisse sowie auf den konzernweiten Austausch und Know-how-Transfer. Daraus ergeben sich sehr viele innovative Produktideen und Lösungen, wovon unsere Gesellschaften, Mitarbeiter und letztlich auch die Kunden profitieren.

In CEE haben wir Gesellschaften mit bereits bekannten Marken gekauft. Kunden und Mitarbeiter identifizierten sich gleichermaßen damit. Diesen Wert nutzen wir, indem wir über unser gesamtes Marktgebiet eine Mehrmarkenstrategie leben, die eng mit dem Multikanalvertrieb verknüpft ist. Aufgrund der unterschiedlichen Gegebenheiten vor Ort ist der Zugang zu den Kunden von Land zu Land anders. Indem die VIG bewusst

auf regional etablierte Marken und die Autonomie lokalen Managements setzt, trägt sie den länderspezifischen Versicherungs- und Vorsorgebedürfnissen Rechnung.

Nicht unwesentlich unterstützt wird diese lokale Kompetenz durch unsere langjährige strategische Partnerschaft mit der Erste Group, die in vielen unserer Märkte präsent ist. Die Produktwelt im Versicherungsvertrieb über den Bankschalter ist traditionell stark durch Personenversicherungen geprägt. Wir sehen darüber hinaus auch großes Potenzial im Vertrieb von Kranken- und Sachversicherungen. Dazu wurde gemeinsam mit dem Bankversicherungspartner Erste Group eine Projektgruppe gebildet. Ziel des Projekts ist die Optimierung von Produkten, Vertrieb und Ertragskomponenten für Bank und Versicherung in allen Ländern, in denen es eine gemeinsame Kooperation zwischen Erste Group und VIG gibt. Im Mittelpunkt stehen die Bedürfnisse und Wünsche des Kunden, eine leichte Verständlichkeit der Produkte und die Einbindung in die Digitalisierungsoffensive der Bank.

Die Vienna Insurance Group ist heute mit über 24.000 Mitarbeitern klarer Marktführer in ihren Märkten Österreich und CEE. Wir sind hervorragend positioniert, die langfristigen Wachstumschancen dieser Region mit ihren 180 Millionen potenziellen Kunden zu

nutzen – mit Service, Kundenorientierung und Verlässlichkeit. Werte, die gerade in Zeiten umwälzender Veränderungen von großer Bedeutung sind.

Rechnen Sie mit uns – auch in Zukunft

Damit sichergestellt ist, dass die VIG auch in Zukunft ein dominanter Player am zentral- und osteuropäischen Versicherungsmarkt ist, haben wir ein strategisches Arbeitsprogramm erarbeitet. Dieses beinhaltet drei Stoßrichtungen: die Absicherung unserer Zukunftsfähigkeit, die Optimierung des Geschäftsmodells und die Aspekte Organisation und Zusammenarbeit.

Diese drei Bereiche umfassen zahlreiche Initiativen – eine Übersicht und Beschreibung dieser finden Sie auf den Folgeseiten. Hier seien nur beispielhaft einige kurz erwähnt: Da wäre zum einen die fortschreitende Digitalisierung aller Lebens- und Arbeitsbereiche, die auch vor dem Versicherungsgeschäft nicht Halt macht. Wir setzen hier bewusst einen Schwerpunkt auf die Automatisierung von Prozessen und die Digitalisierung unserer Produkt- und Servicewelt.

Daneben sehen wir ein nicht unwesentliches Potenzial in der Forcierung der privaten Krankenvorsorge – sowohl in Österreich, aber auch in CEE. Die Finanzierbarkeit der öffentlichen Gesundheitssysteme, die demografische Entwicklung und der medizinische Fort-

schrift sind Fakten und führen zu einem zunehmenden Bedarf an individueller und selbstbestimmter Gesundheitsvorsorge. Nicht zuletzt treibt der zunehmende Wohlstand in CEE den Bedarf nach entsprechenden Produkten voran.

Natürlich machen wir uns auch Gedanken, was die Zukunft der Lebensversicherung betrifft. Die Absicherung von biometrischen und derzeit noch unterschätzten Risiken wie Berufsunfähigkeit und Pflege wird stärker in den Fokus rücken. Außerdem dürfen wir nicht vergessen, dass die Lebensversicherung als einziges Finanzinstrument eine lebenslange Rente bietet. Ein Argument, das auch angesichts der historisch niedrigen Zinsen weiterhin Gültigkeit hat.

Unser klares Ziel ist, die Profitabilität der VIG weiter zu erhöhen. Bis zum Jahr 2019 planen wir eine kontinuierliche Steigerung des Konzernprämienvolumens auf rund EUR 9,5 Mrd. Beim Gewinn vor Steuern rechnen wir ebenso mit einem stetigen Zuwachs auf EUR 450 bis 470 Mio.

Wie eingangs erwähnt: 2016 war eine Herausforderung. Die eigentliche Frage ist jedoch, wie man damit umgeht. Wir haben uns dazu entschieden, schwierigen Situationen offensiv zu begegnen. Wir arbeiten weiterhin intensiv daran, profitabel zu wachsen und unsere Position als Marktführer in CEE auszubauen. Damit müssen Sie rechnen!

Ein strategisches Rahmenwerk ist die Grundvoraussetzung für eine aktiv gestaltbare Unternehmenszukunft. Hier skizzieren wir die wesentlichen Eckpunkte der Unternehmensstrategie.

Die VIG-Strategie

Kerngeschäft Versicherung

Die VIG konzentriert sich auf ihr Kerngeschäft, auf Versicherungslösungen und Beratungsleistungen, die den unterschiedlichen Sicherheits- und Vorsorgebedürfnissen der Menschen in ihren Märkten bestmöglich entsprechen.

STRATEGISCHE

Lokales Unternehmertum

- Dezentrale Strukturen und kurze Entscheidungswege
- Best-Practice-Austausch/Vernetzung innerhalb des Konzerns

MANAGEMENT

STRATEGISCHE
ausgewählte

MANAGEMENTPRINZIPIEN

Shared-Services & Fusionen

Schaffung von Kostenvorteilen durch die Zusammenlegung von Back-Office-Funktionen innerhalb eines Landes, gegebenenfalls auch einer Region bzw. eine Verschmelzung, sofern die Synergieeffekte einer Fusion die Vorteile eines diversifizierten Marktauftritts langfristig überwiegen.

Betrugsbekämpfung

Etablierung eines gruppenweiten Best-Practice-Ansatzes zum Betrugsmanagement in den Massensparten.

Closed-File-Review

Gruppeneinheitliches Vorgehen zur Identifikation und Vermeidung von ungerechtfertigter Überzahlung durch Schwachstellen im Schadenprozess.

Ertragsoptimierung Kfz-Versicherung

Entwicklung gezielter Maßnahmen mit dem Fokus auf Underwriting und Risikoselektion sowie die Nutzung neuer Preisfindungsmethoden.

Optimierung des Geschäftsmodells

Schaffen eines Wertbeitrags durch Steigerung der operativen Performance.

Nr
Die V
der füh
Versic
in Öst
und

Organisation Zusammenarb

Unterstützung der Maßnahmen sowie der Absicherung der Zuk

- klaren Regelungen und Instru
- Infrastruktur zur Zusammenar

Konservative Veranlagungs- & Rückversicherungspolitik

- Qualität und Nachhaltigkeit im Vordergrund
- Breite Risikostreuung durch Diversifikation

MANAGEMENT

CSR

In und für Generationen zu denken, Verantwortung zu übernehmen und das Leistungsversprechen, das wir unseren Kunden heute geben, jederzeit einlösen zu können, dieser Anspruch bestimmt seit jeher unser Kerngeschäft. Wir wollen dieser Verantwortung entsprechend die Rahmenbedingungen für ein lebenswertes Morgen aktiv mitgestalten.

NICHT FINAN

im Überblick

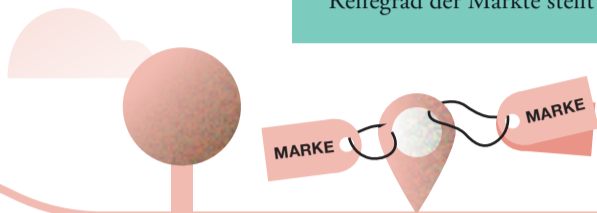
KERNELEMENTE



Fokus auf Österreich und CEE

Die VIG bekennt sich klar zu Österreich und CEE als ihrem Heimmarkt und ist von den vielfältigen Wachstumschancen der CEE-Region überzeugt. Der unterschiedliche ökonomische und versicherungsspezifische Reifegrad der Märkte stellt eine breite Risikodiversifizierung über Länder sicher.

PRINZIPIEN



Mehrmarkenstrategie

- Nutzung lokal etablierter Marken
- Adressierung unterschiedlicher Zielgruppen
- Instrument der Kunden-/Mitarbeiterbindung

MASSNAHMEN
Ansatzpunkte

.1 VIG ist die Nummer 1 in Österreich und CEE



und die Nummer 1 im Bereich der Optimierung der Leistungsfähigkeit durch Schaffung von Synergien zwischen den Unternehmen innerhalb der Gruppe

Absicherung der Zukunftsfähigkeit

Maßnahmen zur Anpassung des Geschäftsmodells an (zukünftige) Chancen und Herausforderungen.

Digitalisierung

Entwicklung einer Digitalisierungsstrategie und Integration der sich im Zuge der Digitalisierung ergebenden Möglichkeiten zur Anpassung unseres Geschäftsmodells (etwa Kundenansprache, Advanced Analytics, Automatisierung).

Versicherung der Zukunft

Mittel- bis langfristige Anpassungen des Geschäftsmodells ausgelöst durch Trends, Innovationen und technische Entwicklungen mit Fokus auf die Lebens- und Kfz-Versicherung.

Assistance

Ausbau der konzerninternen Assistance zur Schaffung von Wettbewerbsvorteilen und Abrundung des Geschäftsmodells der Versicherung.

Intensivierung von Geschäftsbereichen

Nutzung von Wachstumspotenzialen in Geschäftsbereichen wie Kranken-, Bank- oder Rückversicherung.

Lebensversicherung der Zukunft

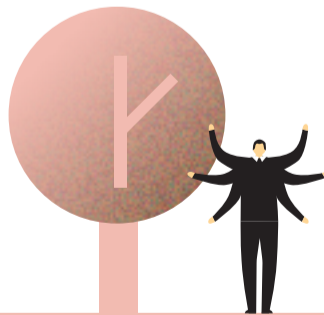
Überlegungen zur Gestaltung der Lebensversicherung als attraktives Instrument der Vorsorge für ein selbstbestimmtes Leben, vor allem im Alter.

Kfz der Zukunft

Auseinandersetzung mit Zukunftstrends im Bereich Kfz – wie z.B. autonomes Fahren oder Sensorvernetzung – und der sich daraus ergebenden Anpassungserfordernisse des Geschäftsmodells.

MANAGEMENTPRINZIPIEN

PRINZIPIEN



Multikanalvertrieb

- Kombination mehrerer Vertriebschienen
- Starker kundenorientierter Vertrieb
- Langfristige Kooperation mit der Erste Group

ZIELLE ZIELE



Employer of Choice

Die VIG will auch bei ihren Mitarbeitern die Nummer 1 sein. Dieses Ziel verfolgen wir durch die Erkennung und Förderung von individuellen Fähigkeiten unserer Mitarbeiter und durch die Schaffung eines Arbeitsumfeldes, in dem Vielfalt einen wesentlichen Platz einnimmt.

IM GESPRÄCH



KORNEL STADLER

„Unsere Arbeit muss umsetzungsorientiert sein“

Klaus Mühleder

Leitung Konzernentwicklung und Strategie

Welche Aufgabe hat die neue Abteilung Konzernentwicklung und Strategie?

Unsere Aufgabe ist es, die Vienna Insurance Group und ihre Gesellschaften dabei zu unterstützen, weiterhin erfolgreicher als unsere Mitbewerber zu agieren. Das klingt zwar fürs Erste recht weit gefasst, ist aber gleichzeitig ein sehr klarer Auftrag und lässt zusätzlich viel Raum für unternehmerisches Handeln.

Welche thematischen Schwerpunkte bearbeiten Sie mit Ihrem Team?

Im Wesentlichen sind es drei Bereiche: frühzeitiges Erkennen von Trends, um diese in unserem Geschäftsmodell berücksichtigen zu können. Solche Trends sind etwa die Auswirkungen der Digitalisierung, des „Internet of Things“ oder des „autonomen Fahrens“ auf unser Geschäftsmodell. Wichtig dabei ist es, aber auch ganz konkret Anpassungsschritte vorzuschlagen, um heute schon am Geschäftsmodell der Zukunft zu bauen. Des Weiteren gehört die „klassische“ Strategiearbeit, wie etwa Länder-Screening, die Identifikation von Wachstumsthemen – beispielsweise in der Krankenversicherung – oder der Aufbau von Kooperationen zu unseren Aufgaben. Und schließlich arbeiten wir an der operativen Stärkung des heutigen Geschäftsmodells.

Das sind konkrete Projekte unter dem Titel Schadenoptimierung, Betrugsmanagement oder Closed-File-Review. Dabei geht es immer auch darum, Spezialisten-Know-how zu vernetzen und um Best-Practice-Sharing, damit das Wissen konzernübergreifend in der gesamten Gruppe verankert wird.

Was ist die besondere Herausforderung dabei?

Strategien sind mitunter sehr abstrakt. Mir ist es wichtig, dass ein klarer Nutzen der Abteilung für den ganzen Konzern erkennbar ist. Die Tätigkeit der Abteilung soll jedenfalls an der Umsetzung orientiert sein – darum sind auch die vorhin erwähnten operativen Projekte so wichtig. Und dann sollte es uns auch gelingen, neue Methoden und Ansätze – wie beispielsweise Design Thinking oder Innovation Labs – auszuprobieren und zu verankern, um uns auch so auf die Anforderungen der Zukunft vorzubereiten.

Optimiertes Schadenmanagement Schnelle Hilfe und kritisches Hinterfragen sind zwei Seiten derselben Medaille

Eine Versicherung muss helfen, wenn sie gebraucht wird, aber auch erkennen, wenn sie hinters Licht geführt wird.

„Der Kunde ist König“ – diesen Leitspruch verfolgt die Vienna Insurance Group nicht nur beim Verkauf von Produkten, sondern auch dann, wenn der Kunde seine Versicherung am dringendsten braucht: im Schadenfall. Dann will die Vienna Insurance Group rasch und unkompliziert helfen. Das impliziert einfache und effiziente interne Prozesse. Diese nützen sowohl den Kunden als auch der Versicherung selbst, da sie ihren Teil zur Kostenoptimierung beisteuern.

Ein ebenso wichtiger Aspekt, wenn es um die Reduktion von Kosten geht, ist die Bekämpfung von Versicherungsbetrug, denn nicht alle gemeldeten Schadenfälle finden auch tatsächlich statt. Aus diesem Grund hat die Vienna Insurance Group im Jahr 2016 einen Schwerpunkt im Bereich der Betrugsbekämpfung gesetzt, ab 2017 ist geplant, die Methodik des Closed-File-Review, also die nachträgliche Untersuchung bereits geschlossener Schadenfälle, anzuwenden.

Reduzierung von Betrugsfällen

Im Schadenfall ist es für die Menschen wichtig, uns vertrauen zu können, aber natürlich müssen auch wir unseren Kunden vertrauen können, dass die Angaben

zu Schadenfällen korrekt sind. Das liegt vor allem im Interesse der Mehrheit unserer Kunden, die einen legitimen Schadenfall haben und tatsächlich Hilfe benötigen. Daher wurde – aufbauend auf den positiven Erfahrungen in Österreich – eine Initiative zur Reduktion von Betrugsfällen gestartet: im Jahr 2016 konkret in Polen und Rumänien.

Ziel dabei ist es, anhand eines definierten Prozesses potentielle Betrugsfälle rascher zu identifizieren. Erfahrungswerte und typische Vorgehensweisen aus der Vergangenheit bilden die Basis, um Betrugsmuster in Handbüchern zu erfassen. Die Schadenabwickler werden regelmäßig mittels dieser laufend aktualisierten Handbücher trainiert. Jene Fälle, bei denen ein starker Verdacht auf Betrug besteht, werden dann in einer spezialisierten Abteilung weitergehend untersucht und im Fall eines nachweisbaren Betrugs zur Ablehnung gebracht. Zentrale Bedeutung kommt dabei dem beständigen Feedback-Prozess zwischen der Schadenabwicklung und der auf Betrugsabwicklung spezialisierten Abteilung zu. Damit ist auch klar, dass diese Initiative keine einmalige Maßnahme, sondern ein im Unternehmen verankerter Prozess ist, der laufend gesteuert, gemessen und überwacht wird.

Die bisherigen Ergebnisse dieser Initiative sind sehr vielversprechend. Aktuell wird damit begonnen, das erprobte Modell auf weitere Gesellschaften und Länder auszudehnen.

VIG leistet lokalen Support und schafft Synergien

Bei der Umsetzung in den jeweiligen Konzerngesellschaften vor Ort kommt der Vienna Insurance Group eine zentrale Rolle zu: Sie stellt ein internationales Projektteam sowie die an Best Practices orientierte Methodik zur Verfügung. So unterstützt die Vienna Insurance Group die Einführung in jeder Gesellschaft, begleitet die Umsetzung und stellt sicher, dass zum Abschluss der Implementierung alle erforderlichen Prozesse korrekt laufen und der Know-how-Transfer stattgefunden hat.

Damit wird auch gewährleistet, dass entsprechende Synergien und Skaleneffekte gehoben werden können. Keine Konzerngesellschaft der Vienna Insurance Group muss das Rad in diesem Zusammenhang neu erfinden.



Interner Beitrag zur Kundenzufriedenheit

Umfassender Service wird großgeschrieben

Assistance ist ein wesentlicher Baustein zur Absicherung unseres Geschäftsmodells.

Seinen Kunden rund um die Uhr sofort und unmittelbar zu helfen ist der Grundgedanke der Assistance. Ein Anspruch, dem sich die Vienna Insurance Group gerne stellt, denn kundenfreundliches Auftreten ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor des Konzerns. Um sich in diesem Feld noch weiter zu verbessern und die Kundenbindung zu stärken, hat sich die Vienna Insurance Group dazu entschieden, ihre Assistance-Leistungen nicht mehr über Drittunternehmen abzuwickeln, sondern konzernintern auszubauen. Durch diese Internalisierung können Synergieeffekte wesentlich besser genutzt werden. Der Mehrwert dieser Entscheidung liegt auf der Hand: Die Vienna Insurance Group kann ihre Servicequalität durch die Kontrolle des Prozesszyklus bei der Schadenabwicklung – vom ersten Kontakt bis hin zu den Entschädigungszahlungen – wesentlich beeinflussen und somit weiter optimieren.

Mittlerweile lokaler Marktführer

Der Startschuss zu dieser Initiative fiel bereits im Jahr 2013 in der Tschechischen Republik mit dem Erwerb der

Assistance-Gesellschaft Global Assistance. Diese ist als Konzerntochter bereits zum lokalen Marktführer avanciert.

In den darauf folgenden Jahren wurde organisatorisch der Grundstein gelegt, um die interne Assistance auch in weiteren Märkten der Vienna Insurance Group zu forcieren. So wurde in Bulgarien ein konzerneigenes Callcenter erfolgreich zur Assistance-Gesellschaft umgebaut und auch in der Slowakei die Global Assistance übernommen. Im Jahr 2016 konnte ein weiterer Meilenstein in Polen durch den erfolgreichen Aufbau einer Kfz-Assistance, welche sich als modernste Kfz-Assistance am polnischen Markt etablierte, im Rahmen eines Greenfield-Projektes realisiert werden. Zudem wurde für das Jahr 2017 der Startschuss für die Gründung einer eigenen Assistance in Rumänien gegeben. In Hinblick auf das interne Assistance-Angebot wird der Fokus 2017 auf Leistungen aus den Bereichen Reise und Haushalt liegen.

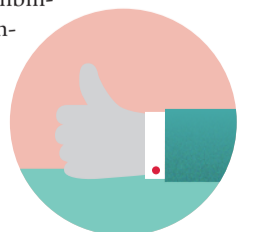
Dank neuer Technologien zu noch mehr Kundenservice

Der Trend zur Digitalisierung macht

natürlich auch vor der Assistance nicht halt. Entsprechend wurden bereits mobile Lösungen eingesetzt, die ein besseres und schnelleres Kundenservice ermöglichen, wie etwa das mobile GPS-Tracking für Abschleppwagen. Dieses unterstützt die Fahrer dabei, die kürzesten Anfahrtswege zu nutzen und ein rasches Auffinden des Standortes sicherzustellen.

Kundenbedürfnis erkennen + professionelle Assistance = zufriedener Kunde

Die ersten Erfahrungen aus dieser Initiative zeigen, dass der Know-how-Transfer zwischen den einzelnen konzernweiten Assistance-Gesellschaften und die enge Kooperation zwischen Assistance und Schadenabwicklung zu wahrnehmbaren Synergieeffekten führen. Ganz wesentlich ist daneben aber der Umstand, dass professionelle Assistance einen enormen Effekt auf Kundenbindung und -zufriedenheit hat. Und das ist letztlich unser Ziel: ein optimal betreuter Kunde, der von unserem Service überzeugt ist.



JELKA LERCHÉ

Attraktives Produkt trotz Niedrigzinsumfeld Die Lebensversicherung der Zukunft

Die Lebensversicherung steht weiter hoch im Kurs.

In der medialen Diskussion taucht immer wieder die Meinung auf, dass das Ende der klassischen Lebensversicherung unmittelbar bevorsteht und diese Art der Vorsorge aufgrund der sinkenden Rendite und des zurückgehenden Garantiezinssatzes entbehrlich wäre.

Die nackten Zahlen zeichnen allerdings ein ganz anderes Bild: Pensionsvorsorge und Lebensversicherungen werden sogar in zunehmendem Maß als attraktive Produkte gesehen. Eine vom Marktforschungsinstitut Integral 2016 österreichweit durchgeführte Befragung ergab, dass die Pensionsvorsorge jene Spar- und Anlageform mit deutlicher Steigerung in puncto Beliebtheit ist. 35 % der Befragten gaben dies zu Protokoll, im Vorjahr lag der Wert bei 28 %. Die Lebensversicherung liegt mit einem Wert von 40 % (35 % im Vorjahr) nach Sparbuch und Bausparvertrag auf Rang drei der Beliebtheitskala.

Die Kritik an der Lebensversicherung steht in ursächlichem Zusammenhang mit dem aktuellen Niedrigzinsumfeld. Auch in der VIG ist es vor allem das Lebensgeschäft in Österreich, das wegen des über die Jahre entwickelten großen Portfolios aufgrund der geringen Zinssätze besonders gefordert ist. In diesem

Umfeld belastet das verringerte Finanzergebnis den Ertrag. Aber mit einer durchschnittlichen Rendite der Kapitalanlagen von rund 3 % sind die Garantien in der Lebensversicherung, die im Schnitt bei 2,3 % liegen, auch mittelfristig absolut abgedeckt.

Selbst die Neuveranlagungsrendite der VIG von knapp unter 2 % liegt klar über dem seit Anfang des Jahres geltenden Garantiezinssatz von 0,5 %. Damit gelingt es, selbst in schwierigen Zeiten, die zugesicherte Veranlagungsrendite aus diesem Segment zu erwirtschaften. Eine wichtige Botschaft für Kunden und Aktionäre, doch das alleine ist nicht der wichtigste Grund für die Bedeutung der Lebensversicherung: Die klassische Lebensversicherung ist schließlich eines der wenigen Produkte, welches dem Kunden eine lebenslange Rente garantieren kann und damit gerade in der Altersvorsorge einen wertvollen Baustein darstellt.

Im aktuellen Niedrigzinsumfeld finden fonds- und indexgebundene Lebensversicherungen, die seitens der Versicherungen mit deutlicher weniger Eigenkapital zu unterlegen sind und

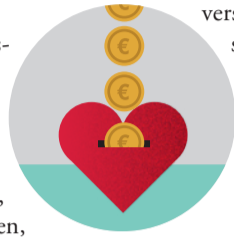
für die Kunden höhere Ertragschancen bieten, verstärkt Anklang. Ein Trend, den wir in den österreichischen Konzerngesellschaften beobachten und im Hinblick auf die Kosten der Garantie zunehmend auch forcieren.

Beachtet werden sollte die Tatsache, dass die VIG als Versicherung zuallererst Risikoabsicherung anbietet. Ein Umstand, dem in der Vergangenheit nicht immer die Bedeutung beigemessen wurde, der ihm zukommt. Die Risikoabsicherung ist aber das wesentliche Unterscheidungsmerkmal im Vergleich zu reinen Veranlagungsprodukten. Der verstärkte Fokus in der Produktgestaltung auf die Absicherung biometrischer Risiken ist somit ein Kernelement für die zukünftige Attraktivität von Lebensversicherungsprodukten.

In diese Richtung gehen in der VIG die Überlegungen im Hinblick auf die „Lebensversicherung der Zukunft“. Dabei steht die Frage im Fokus, ob das Produkt künftig neben den üblichen Eigenschaften auch Sachleistungen inkludieren soll. Dies könnten beispielsweise Leistungen im Zusammenhang mit „Ambient Assisted Living“, also der Nutzung von Digitalisierung im Haushalt älterer Menschen, ebenso sein wie im Alter erforderliche Pflegedienste oder Programme zur Gesunderhaltung.

Die Relation von damit verbundenen Kosten im Verhältnis zum Mehrwert für den Kunden muss evaluiert und fair kalkuliert werden. Außer Frage steht aber, dass der Bedarf nach Lebensversiche-

rungen und Vorsorgeprodukten gegeben ist. Es wird an der Kreativität und am Engagement der Versicherungen liegen, mit den entsprechenden Lösungen die Erwartungen der Kunden zu erfüllen. Die lokal stark verankerten Konzerngesellschaften der VIG sind jedenfalls dafür bestens aufgestellt.



KOOPERATION ERSTE GROUP UND VIG

Vor beinahe neun Jahren sind die Erste Group und die VIG übereingekommen, eine strategische Partnerschaft abzuschließen. Die VIG erwarb die gesamten Versicherungsaktivitäten der Erste Group. Seither werden die Versicherungsprodukte der VIG über die Bankfilialen sowie teilweise über das Online-Portal der Erste Group vertrieben. Im Gegenzug bieten die Konzerngesellschaften der VIG die Bankprodukte der Erste Group an. Von der Kooperation profitieren somit beide Konzerne gleichermaßen, weshalb die Zusammenarbeit weiter forciert wird. Durch die Bildung einer gemeinsamen Projektgruppe mit dem Ziel, die Optimierung von Produkten, Vertrieb und Ertragskomponenten für Bank und Versicherung in allen Ländern, in denen es eine gemeinsame Kooperation zwischen Erste Group und VIG gibt, zu fördern. Im Mittelpunkt stehen die Bedürfnisse und Wünsche des Kunden, eine leichte Verständlichkeit der Produkte und die Einbindung in die Digitalisierungsinitiative der Bank.

Die Kooperation stellt somit für beide Konzerne eine Win-Win-Situation dar.

Die Nachfrage nach optimaler medizinischer Versorgung nimmt zu VIG legt Schwerpunkt auf Krankenversicherung

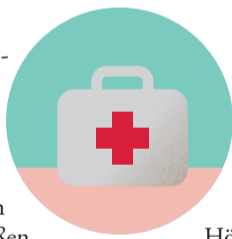
Vor allem in Zentral- und Osteuropa bietet diese Sparte großes Potenzial.

Die steigenden Gesundheitskosten im Zusammenhang mit einer älter werdenden Bevölkerung und dem technischen Fortschritt in der Medizin lassen die staatlichen Systeme an ihre Grenzen stoßen.

Im Umkehrschluss nehmen private Elemente der Krankenvorsorge deutlich an Bedeutung zu, weshalb auch in der VIG ein Schwerpunkt auf den Ausbau dieser Geschäftssparte gelegt wird.

Krankenversicherungen nehmen bisher nur einen kleinen Teil der Gesamtprämien des Konzerns ein. Aber das soll sich in Zukunft ändern, denn in CEE steigt die Nachfrage des wachsenden Mittelstandes nach einer soliden Absicherung im Gesundheitsbereich. Die private Vorsorge ist vor allem dort ein Zukunftsmarkt, wo die Abdeckung der staatlichen Systeme nicht zur Gänze gegeben ist.

Innerhalb der VIG steht das Thema seit rund einem Jahr verstärkt auf der Agenda. Aktuell werden die Märkte analysiert, in denen Produkte zur Ergänzung der staatlichen Angebote eingeführt werden können. Dabei wurden bereits die Märkte Bulgarien, Ungarn, Rumänien, Polen und die Türkei als jene mit den größten Chancen identifiziert. In der Folge werden nun länderspezi-



fische Entwicklungsprogramme umgesetzt, wobei auch regionalübergreifende Produktlösungen geprüft werden.

Eine wichtige Erkenntnis aus den Analysen ist, dass die Höhe der Gesundheitsausgaben von mehreren sozialen und wirtschaftlichen Faktoren abhängig ist. Das sind unter anderem das Einkommensniveau eines Landes, die Versorgungsqualität des öffentlichen Sektors und die privaten Gesundheitsausgaben der Bevölkerung. Wie in der Grafik ersichtlich, variiert der Anteil der privaten Gesund-

heitsausgaben an den Gesamtausgaben einer Volkswirtschaft von Land zu Land sehr stark. Ebenso die Akzeptanz von privaten Krankenversicherungslösungen: während in Österreich rund ein Drittel der Bevölkerung mittlerweile über eine private Zusatzversicherung verfügt, ist der Anteil in den CEE-Ländern noch sehr gering, obwohl in manchen Staaten ein durchaus relevanter Teil der Gesundheitsausgaben privat finanziert wird.

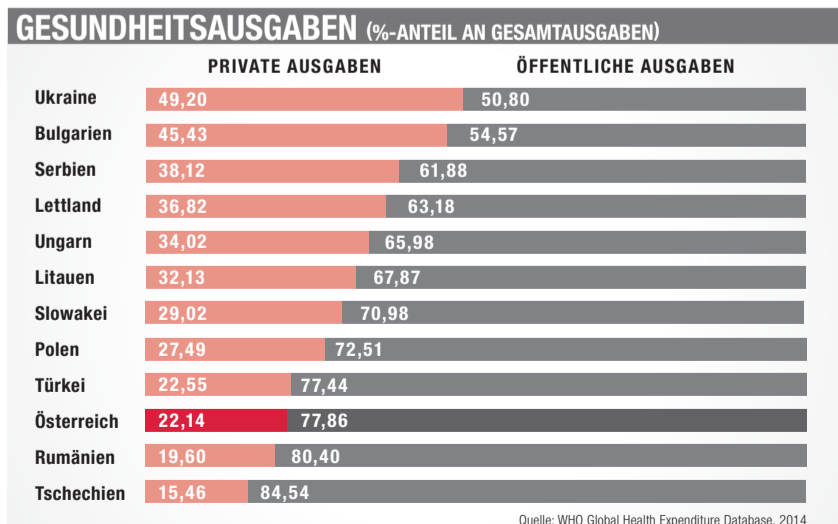
Dieser Umstand und das wandelnde Bewusstsein für optimale Versorgung sind Indikatoren für ein hohes Entwicklungspotenzial. Dass der eingeschlagene

Weg der VIG der richtige ist, beweist der Umstand, dass in CEE die Konzernprämien in dieser Sparte 2016 um 20 % angestiegen sind. Außerdem steigt die Bereitschaft der öffentlichen Hand, Maßnahmen der privaten Krankenvorsorge steuerlich zu fördern und in jene der staatlichen Versicherung zu integrieren.

Die Ausgangssituation in den Märkten der VIG ist teilweise sehr unterschiedlich. Während in der Türkei ein vergleichsweise etablierter Markt an privaten Versicherungen besteht, ist dieser in Rumänien noch sehr klein. In Polen wiederum steigt die Nachfrage nach privater Krankenversicherung deutlich. Vor allem Produkte für ambulante Behandlungen und Diagnostik in privaten Ärztezentren sind gefragt.

In Ungarn wird die private Krankenversicherung vor allem in Form von Gruppenkrankensicherungen angeboten. Diese steht im Zusammenhang mit den gebotenen Steuervorteilen für Unternehmen. In den letzten Jahren ist dieser Markt deutlich gewachsen.

Die private Absicherung von Gesundheitsrisiken ist in CEE ein attraktiver Zukunftsmarkt. Bei zunehmendem Wohlstand ist die Marktsättigung noch gering. Ein Potenzial, das es für die Vienna Insurance Group zu nutzen gilt.



Gábor Lehel zur strategischen Initiative „Digitalisierung“ VIG setzt auf ausgewogene Balance zwischen klassischem und digitalem Vertrieb

Die Digitalisierung ist ein wesentlicher Schwerpunkt der VIG, um fit für die Zukunft zu bleiben.

Der Trend der Digitalisierung macht auch vor dem Versicherungsgeschäft nicht Halt. Welche Trends sehen Sie und sind sogenannte InsurTechs eine Konkurrenz?

Ich kann das nur bestätigen, auch für die VIG spielt Digitalisierung eine große Rolle. Die rasche Technisierung ist eine Tatsache und die Ansprüche unserer Kunden und Vermittler verändern sich. Darauf gilt es, zukunftsorientiert zu reagieren. Es zeichnet sich die Tendenz ab, Prozesse schneller, automatisiert und papierlos zu gestalten. Maschinen und Computer werden an Bedeutung gewinnen und teilweise auch untereinander kommunizieren.

Das heißt aber nicht, dass Menschen überflüssig werden. Im Gegenteil, sie bringen jene hochwertigen Eigenschaften ein, die Maschinen nicht können: Gefühle, Vertrauen, Intuition. Daher sehen wir die Digitalisierung weniger als Bedrohung, sondern als Anreiz zur Erneuerung.

Wir beobachten auch die entstehenden InsurTechs sehr genau. Von diesen IT-getriebenen Start-ups können auch wir lernen. Dahinter stecken eine interessante Denkweise und teilweise gute Ideen. Vielleicht werden auch wir in Zukunft mit dem einen oder anderen InsurTech kooperieren.

Viele dieser Unternehmen wirken zwar vordergründig schick und modern, bei genauerem Hinsehen preisen sie aber oft Dinge an, die schon lange existieren, nur eben nicht in einer „coolen“ Aufmachung.

Die VIG blickt auf eine über 190-jährige Geschichte zurück, im Vorjahr wurde die Digitalisierung als Schwerpunkt definiert. Wie unterscheiden sich da die einzelnen Märkte innerhalb des Konzerns?

Viele Märkte in Osteuropa haben einen sehr offenen Zugang zum Thema Online-Versicherung und Digitalisierung. Hier gibt es schon viel mehr Online-Abschlüsse als in Österreich. Das hat auch mit den gesetzlichen Spielräumen der einzelnen Länder zu tun. Österreich ist da um einiges strenger. In Summe konnten wir im Konzern aber schon einiges in Bewegung setzen.

Zum Beispiel setzt die Wiener Städtische seit dem Vorjahr auf Videoberatung, bei einer polnischen Konzerngesellschaft kann man Kfz-Versicherungen via App oder Bankomat binnen Sekunden abschließen und

in der Tschechischen Republik sind Vertragsabschlüsse mittels digitaler Signatur möglich.

Wäre es hier nicht effizienter, die Neuerungen gleich konzernweit zu etablieren und diese zentraler zu steuern?

Ganz im Gegenteil: Einzelne Gesellschaften fungieren als Piloten. Was dort funktioniert, kann später auf ein anderes Land übertragen oder gruppenweit ausgerollt werden. Wir screenen derzeit unsere 50 Gesellschaften nach digitalen Entwicklungen, Produkt- und Serviceleistungen mit dem Ziel, diese innovativen Ideen für alle Konzerngesellschaften zugänglich zu machen.

Außerdem arbeiten wir an einem gemeinsamen gruppenweiten Verständnis, wie wir als Konzern mit dem Thema Digitalisierung umgehen wollen, um den optimalen Kundenzugang sicherzustellen und gruppenweite Synergien bestmöglich nutzen zu können. Die Umsetzung selbst liegt aber im Ermessen der jeweiligen Konzerngesellschaft – ganz im Sinne unserer dezentralen Strukturen.

Neben der Automatisierung von Prozessen wird unser Fokus bei der Digitalisierung vor allem auf die Produkt- und Serviceleistung gesetzt. Damit schaffen wir den größten Nutzen für unsere Kunden und Vermittler.

Wie gehen Sie vor, um mit den Veränderungen Schritt zu halten?

Wir versuchen bewusst Innovationen zu fördern. Zum Beispiel bietet die Kooperation mit Innovation Labs den Rahmen, Methodiken, Instrumente und Strukturen, um innovative Aktivitäten über betriebliche Grenzen hinweg zu stärken – ob bei der Entwicklung neuer Produkte oder auch bei der Auseinandersetzung mit neuen technischen Trends.

Außerdem finden regelmäßig Digitalisierungs-Workshops im Konzern statt, wo neue Entwicklungen, Tendenzen, aber auch Lösungen diskutiert werden und ein Know-how- und Erfahrungsaustausch stattfindet.

Die VIG ist also mit voller Kraft auf dem Weg ins digitalisierte Geschäft?

Einerseits schon, da digitale Entwicklungen für die Nutzer sehr hilfreich sein können. Andererseits dürfen wir aber nicht außer Acht lassen, eine gesunde Kombination aus klassischen und digitalen Lösungen zu finden. Gerade in einer stark personenbezogenen Branche wie dem Versicherungswesen ist das von entscheidender Bedeutung.

„Wir versuchen bewusst Innovation zu fördern.“

Gábor Lehel:
Generaldirektor
der ungarischen Union
Biztosító und Stellvertreter für
den Vorstand der VIG



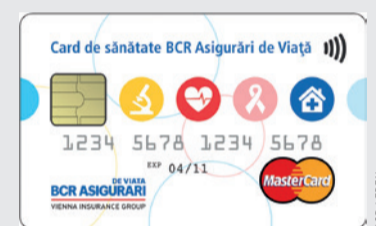
UNION BIZTOSITO

INNOVATIVE PRODUKTE

VIG GOES DIGITAL

Ein kurzer Auszug aus der Vielzahl von digitalen Angeboten innerhalb der VIG.

s Versicherung vertreibt digital via „George“. Der s Unfall-Schutz der s Versicherung garantiert eine Sofortzahlung nach Unfällen, basierend auf einem definierten Verletzungskatalog. Kunden ersparen sich damit lange Verfahren zur Bewertung möglicher Invalidität. Ein weiteres Alleinstellungsmerkmal ist, dass Kunden diese Unfallversicherung jederzeit und weltweit auch über die Online-Banking Plattform „George“ von Erste Bank und Sparkassen abschließen können. Der Versicherungsschutz beginnt in der Sekunde des Mausclicks zum Vertragsabschluss. Das Angebot der s Versicherung auf „George“ wird nun Schritt für Schritt ausgebaut. Diese Entwicklung ist ein klarer Beleg für die erfolgreiche Partnerschaft zwischen Erste Group und VIG!



BCR Leben gibt Krankenversicherungskarte auf Grundlage einer Prepaidkarte heraus. Mit einer neuen Krankenversicherung erleichtert die BCR Leben in Rumänien ihren Kunden die Abrechnung medizinischer Leistungen durch eine Prepaid-Karte mit Mastercard-Lizenz. Ein einfacher Online-Prozess erlaubt die Terminvereinbarung bei Ärzten und die Kostenerstattung direkt auf die Prepaid-Karte, noch vor der Konsultation des Arztes. Ein bequemer und sicherer Weg. Das ist Kundenservice par excellence!

Wiener Städtische berät im Live-Chat. Als erstes österreichisches Versicherungsunternehmen ist die Wiener Städtische Versicherung für ihre Kunden auch via Live-Chat erreichbar. Auf der Internetseite „wienersstaedtsche.at“ kann ein Chat mit Beratern der Service-Line gestartet werden. Im ersten halben Jahr wurde dieses Service bereits 5.000 Mal in Anspruch genommen, das sind pro Arbeitstag im Schnitt 38 Kundenanfragen.

Krankenversicherungs-App aus Bulgarien. Die bulgarische Konzerngesellschaft Bulstrad Leben hat 2016 die innovative, kostenlose Krankenversicherungs-App B-Assist gelauncht. Damit können Kunden, die dieses Produkt erworben haben, kostenlos und mit wenigen Klicks Arzttermine vereinbaren. Ebenso erinnert die App Kunden an ihre vereinbarten Termine und ermöglicht den Austausch von erforderlichen Dokumenten. Über eine Landkartenfunktionalität können die Kunden unter kooperierenden medizinischen Anbietern ihre Wahl treffen.



VANITY STUDIOS, LONDON

Susanne Chishti zu aktuellen Digitalisierungstrends

Digitalisierung ist Chance und Herausforderung zugleich

Susanne Chishti
CEO FINTECH Circle

Ein Megatrend und seine Auswirkungen auf das Versicherungsgeschäft. Neue Geschäftsmodelle und Innovationen als Folge der Digitalisierung machen auch vor dem Versicherungssektor nicht Halt.

Der Trend zur Digitalisierung ist nicht neu. Schon vor Jahren wurden handgeschriebene Briefe durch E-Mails und Fotoapparate durch Digitalkameras ersetzt. Das Navigationsgerät kommuniziert mit Satelliten und Verkehrsleitzentralen und demnächst wird der Stromverbrauch über Smart Meter gemessen.

Zunehmende Vernetzung und Datenaustausch machen natürlich auch nicht vor dem Versicherungssektor Halt. Es sind folgende Trends, die sich in diesem Kontext abzeichnen und die möglicherweise künftig eine entscheidende Rolle spielen könnten:

Zum einen der verstärkte Einsatz von Technologie, um Kosten zu sparen. Viele Prozesse erfordern heute noch manuellen Aufwand oder papierhafte Dokumentation. Digitale Technologien bieten die Möglichkeit, viele Arbeitsschritte zu automatisieren, was zu Beschleunigung und steigender Kundenzufriedenheit führt. In diese Richtung geht etwa der verstärkte Trend, Schadenfälle automatisiert abzuwickeln.

Daneben werden die Services der Versicherungen individualisierter, indem sie mehr auf die Bedürfnisse einzelner

Kunden oder Kundengruppen eingehen. Dabei werden eine explizite Datenstrategie und die Fähigkeit, Kundendaten zu analysieren, ein klarer Wettbewerbsvorteil sein. Für die digitalisierte Wirtschaft der Zukunft kann der Wert von Daten nicht hoch genug eingeschätzt werden, genauso deren Visualisierung und Interpretation, um schnellere und bessere Entscheidungen treffen zu können.

Im Umgang mit Kunden wird es weniger wichtig sein, reinen Produktverkauf zu betreiben, sondern aus den Daten den Kontext und das zugrundeliegende Bedürfnis zu erkennen.

Versicherungen müssen zu den konkreten „Lebensentscheidungen“ der Kunden präsent sein und den passenden, individuellen Service anbieten können. Dazu gehören auch Versicherungen, die spezielle Risiken über kürzere Zeiträume abdecken.

Auch vermehrte Kollaboration ist ein Ausdruck der Digitalisierung. Viele Unternehmen schließen sich in Plattformen zusammen, um gemeinsame Lösungen für bevorstehende Herausforderungen

zu finden. Befeuert wird das durch das Auftauchen vieler kleiner IT-getriebener Start-up-Unternehmen. Sogenannte FinTechs – oder InsurTechs – wenn es sich um speziell assekuranzbezogene Start-ups handelt – bieten über digitalisierte Kanäle einzelne Elemente aus der Produktpalette von Banken und Versicherungen an. Zumeist agieren sie abseits des regulatorischen Rahmens und vermitteln in der Regel Produkte etablierter Anbieter, mit denen sie häufig über Kooperationen und offene Schnittstellen verbunden sind. Versicherungen könnten so verstärkt zu Platt-

formen für Partner mit komplementären und zusätzlichen Produktangeboten werden.

Interessant ist auch die Idee der sogenannten Blockchain. Diese

basiert auf dem Prinzip, digitale Transaktionen nicht über zentrale Clearingstellen zu führen, sondern dezentral zu verbuchen und zu bestätigen. D.h. die Blockchain würde zu einer Vereinfachung und somit deutlichen Beschleunigung der Online-Zahlungsabwicklung führen, was dem Trend zur Digitalisierung von Ge-

schäftsabschlüssen und Prozessen weiteren Vorschub leisten würde.

Viele etablierte Unternehmen sind gerade dabei, diese neue Technologie zu analysieren. Mögliche Effekte sind schnellere, bequemere und sichere Online-Services für Kunden, eine deutliche Reduktion der manuellen Arbeiten und papierhaften Dokumentation bei gleichzeitig verbesserter Auditfähigkeit.

Wichtig wird sein, all diese Trends im Auge zu behalten und deren Zukunftspotenzial sorgfältig abzuwägen. Das gilt vor allem vor dem Hintergrund der demografischen Entwicklung und der Tatsache, dass künftige Kundengenerationen mit ihrer Versicherung anders interagieren werden als heutige.

„Auch Kollaboration ist ein Ausdruck der Digitalisierung.“

Zur Person

Susanne Chishti

Die gebürtige Grazerin Susanne Chishti hat sich, nach vielen Jahren Führungserfahrung im internationalen Finanzwesen, ganz der Digitalisierung der Branche verschrieben. Sie ist CEO des „Fintech Circle“, einem Londoner Unternehmen, das sich der Finanzierung junger Finanz-Start-ups widmet.

So funktioniert smarter Versicherungsvertrieb in Polen

Innovative Wege zum Kunden

Am polnischen Kfz-Versicherungsmarkt herrscht große Konkurrenz, aggressive Preispolitik wäre da die logische Konsequenz. Anders in der Compensa, sie hebt diese Logik mit ihrer Marke Benefia und viel digitaler Finesse aus.

Unter der Marke Benefia bietet die VIG-Gesellschaft Compensa in Polen richtungweisende Möglichkeiten zum Sofortabschluss von Kfz-Versicherungen an. Bereits sehr früh war das Unternehmen im Onlinesgeschäft tätig. Es kann somit auf einen reichen Erfahrungsschatz zurückgreifen, der sich nun bezahlt macht. Seit 2015 können schon Transaktionen über eigene Terminals oder mittels App abgewickelt werden. Dass die entsprechende Nachfrage nach solchen Services vorhanden ist,

beweist die Tatsache, dass 2016 z.B. an den polnischen Fahrzeugprüfstellen über diese Terminals rund 32.000 Polizzen verkauft wurden.

Und wie funktioniert das? Ganz einfach: Der polnische Zulassungsschein hat einen QR-Code, darauf sind sämtliche Daten des Versicherungsnehmers gespeichert. Dieser wird eingescannt, ein passendes Angebot ausgewählt und ergänzt, je nach Wunsch von Kasko über Insassenunfall bis zu umfangreichen Paketen mit Assistance-Leistungen. Die Prämie kann mittels Kredit- oder Bankomatkarte in Raten oder gesamt beglichen werden, die Polizze steht sofort ausgedruckt zur Verfügung. Der Versicherungsschutz beginnt mit dem ausgewählten Datum. Rasche, einfache, intuitive Abwicklung ist es, was die Kunden begeistert.

Doch das Unternehmen zeichnet noch mehr aus. Es hat die Vision, immer dort zu sein, wo der Kunde ist und wo bisher

niemand verkauft hat. Abgesehen von dem Polizzen-Automaten gibt es die Angebote auch als Softwarevariante integriert in Bankomaten oder durch den Verkauf via SMS. Die Vorteile für die Kunden sind klar: schneller und einfacher Zugang zu einem breiten Angebot gepaart mit bequemer Abwicklung. Auch das Versicherungsunternehmen profitiert: Die Kosten für den Verkauf reduzieren sich und man ist für den Kunden immer erreichbar.

Diese weitreichenden digitalen Initiativen wurden gleich mit zwei Auszeichnungen belohnt. Zum einen erhielt die Marke Benefia den „Insurtech Implementation Award“ für die „Hier und Jetzt“-App, mit welcher man innerhalb von zwei Minuten eine Autoversicherung abschließen kann. Eine derartige Applikation ist einzigartig auf dem europäischen Markt. Zudem wurde sie bei den „E-commerce Polska Awards 2016“ in der Kategorie „Most digital Insurer“ ausgezeichnet.



COMPENSA/BENEFIA

NEUES KFZ-KASKO-PRODUKT FÜR FRAUEN IN DER TÜRKEI

Die Ray Sigorta weiß, was Frauen wollen

Die Ray Sigorta beschreitet neue Wege, indem sie ein absolut zielgruppenspezifisches Produkt auf den türkischen Markt bringt: die Kfz-Kaskoversicherung für Frauen „Princess Casco“.

Die Ray Sigorta hat Frauen zugehört, um herauszufinden, welche Bedürfnisse und Erwartungen sie an eine Kfz-Kaskoversicherung haben. Unterschiedliche Fokusgruppen – zusammengestellt nach Alter, Einkommen und Bildungsgrad –

und Einzelinterviews mit potenziellen Kundinnen halfen dem Unternehmen, die Erwartungen an dieses Produkt bestmöglich zu verstehen. Dabei wurden zusätzlich weltweit maßgeschneiderte Kaskoprodukte als Referenz herangezogen.

Ergebnis ist ein einzigartiges Produkt, das mit seinem besonderen Service punktet.

Die „Princess Casco“ bietet eine eigene Hotline, die Unterstützung auf mehreren Ebenen anbietet. Für die Kundinnen stehen Einsatzfahrer zur Verfügung, die

losgeschickt werden, sobald eine Schadenmeldung eintrifft. Direkt nach der Unfallmeldung kümmern sich Mitarbeiter um das weitere Vorgehen, sorgen für den Abtransport des Wagens zur Werkstatt oder zur gewünschten Adresse und organisieren einen Ersatzwagen. Sobald das Auto repariert wurde, wird dieses an die Kundin retour geliefert und der Ersatzwagen zurückgenommen.

Damit gestaltet sich das neue Produkt einfach, schnell und unkompliziert. Ein zentraler Faktor dabei ist die Tatsache, dass die außergewöhnlichen Serviceleistungen ein Alleinstellungsmerkmal darstellen. Somit kann sich die Ray Sigorta deutlich von der Konkurrenz abheben.

Die Wiener Städtische schützt KMUs vor Cyber-Attacken

Der zunehmenden Kriminalität im Cyberraum muss man nicht wehrlos ausgeliefert sein. Dagegen kann man sich jetzt auch versichern.

Angriffe aus dem Cyberraum werden immer komplexer und ausgeklügelter. Trotz Virenschutzprogrammen und

Firewalls richten sie enorme Schäden an, denn diese werden einfach umgangen. Mit zunehmender Vernetzung steigen auch die Möglichkeiten für Schwachstellen im IT-System. Hacker in betrügerischer Absicht, Mitarbeiter, die heikle Daten missbräuchlich verwenden oder Schadsoftware, die unabsichtlich installiert wird. Dazu reicht es schon aus, wenn der Mailanhang geöffnet wird. Dass diese Fälle nicht zu vermeiden sind, liegt auch an der sehr professionellen Vorgehensweise der Kriminellen: War vor einigen Jahren eine falsche Nachricht vom Energieversorger oder Bankinstitut noch aufgrund holprig formulierter Sätze mit massenhaft Fehlern leicht zu erkennen, so hat sich das leider stark geändert. Zudem setzen die meisten Firmen der Umwelt zuliebe vermehrt

darauf, den Kunden die Rechnungen per E-Mail zu schicken, um Papier zu sparen. Ein falscher Klick reicht, die Betrüger verschaffen sich Zugang zu Passwörtern, legen Systeme lahm oder buchen frech vom Konto ab. In solchen Fällen kann der Schaden schnell fünf- oder sechsstelligen Summen erreichen. Neben einem möglichen Verdienstentgang drohen auch Image- und Reputationsverluste, wenn etwa Webseite oder Mail-Server eines Unternehmens tagelang nicht erreichbar sind.

Mit ihrem innovativen Produkt „Cyber Protect“ bietet die österreichische Konzerngesellschaft Wiener Städtische nun eine maßgeschneiderte Lösung für Klein- und Mittelbetriebe an. Lediglich 3 % von diesen haben in Österreich eine entsprechende Versicherung. Zum Vergleich: In den USA schützen sich bereits mehr als 60 % der Unternehmen. Das soll sich nun ändern. Die Cybercrime-Versicherung ist die optimale Ergänzung zu dem Allrisk-Produkt, das sämtliche Elementarisken von Unternehmen deckt. Mit den beiden Paketen sind Unternehmen gegen alle Eventualitäten geschützt.

Das Basispaket deckt Datenverluste und -beschädigungen ab, auch Datendiebstahl und -schutzverletzungen sind inkludiert. Zusatzmodule ergänzen je nach Bedarf Krisen- und PR-Management, intern sowie extern, Leistung bei Betriebsunterbrechung durch Datenverlust und Unterstützung bei Cyber-Erpressung. Auch eine Medienhaftpflichtversicherung steht zur Verfügung.

Ersetzt werden in weiterer Folge die Kosten für die IT-Spezialisten, Überstunden der IT-Verantwortlichen im Unternehmen, Prüfung von Ansprüchen Dritter bis hin zu Rechtsberatungskosten. Auch professionelles Krisenmanagement und Leistungen von PR-Agenturen werden übernommen, wenn der entstandene Imageschaden behoben oder zumindest begrenzt werden soll. Außerdem erhält man rund um die Uhr Unterstützung am Telefon und per Fernwartung durch die Experten des Cybercenters.

Eine wirklich beruhigende Investition angesichts der Tatsache, dass Cyber-Attacken deutlich ansteigen und erhebliche Schäden verursachen können.

Neuer Imagefilm der Vienna Insurance Group Versicherung steht für Verantwortung

Bilder sagen mehr als Worte und daher lässt die VIG nun eine neue audiovisuelle Visitenkarte für sich sprechen.

Das „Selbstportrait“ wurde im niederösterreichischen Fischamend und in einem kleinen Dorf im westlichen Ungarn gedreht. Eine jahrhundertalte Eiche symbolisiert dabei den Konzern – ein Gleichnis für unseren Anspruch, ein beständiger, starker Partner zu sein, auf den sich unsere Kunden und Geschäftspartner jederzeit verlassen können. Dabei steht der tief verwurzelte Stamm für **Stabilität** und unsere **Kompetenz** in der Absicherung von Risiken.

Die vielen Äste und Verzweigungen symbolisieren unsere regionale Verankerung und unsere dezentralen Strukturen. Denn nur so können wir unsere besondere Nähe zu unseren Kunden gewährleisten. Die Blätter stellen unsere lokalen Konzerngesellschaften in Österreich und Zentral- und Osteuropa dar. In unseren Märkten sehen wir uns in der **Verantwortung**, mit unseren Produkten und Angeboten den Menschen Schutz und **Sicherheit** zu bieten.

Versichern ist für uns mehr als der Verkauf von Versicherungspolizzen. Versichern bedeutet gesellschaftliche Verantwortung, der wir uns gerne stellen. Mit all unserer Kraft, dem Engagement von über 24.000 Mitarbeitern und mit jahrelanger Erfahrung in Österreich sowie in Zentral- und Osteuropa. So stabil und schutzbietend wie eine starke Eiche.

www.vig.com/imagevideo



CEO Martin Diviš zum 25-jährigen Bestehen der tschechischen Kooperativa

Ihr Fazit nach 25 Jahren Kooperativa?

Vor 25 Jahren betrug unser Prämienvolumen rund EUR 3,3 Mio., heute stehen wir bei EUR 1,2 Mrd. Die Anzahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wuchs von 50 auf rund 3.600. Im Lauf der Zeit erledigten wir mehr als 7,5 Mio. Schadenfälle zur vollsten Zufriedenheit unserer Kundinnen und Kunden – inzwischen haben wir mehr als 2 Millionen von ihnen. Sie fragen, warum die Kooperativa stark, erfolgreich, stabil, fair und rücksichtsvoll ist? Analysten werden die Antwort in der Unternehmensgeschichte, in Kennzahlen, dem Wettbewerb, in Wirtschaftsgesetzen, dem Kundenverhalten oder auch im Charakter unserer Branche suchen. Sie werden messen, untersuchen, bewerten, rechnen und modellieren. Ich finde jedoch, dass die Antwort klar ist – die Kooperativa ist einfach so, wie die Menschen sind.

Wenn Sie an früher zurückdenken, auf welches Ereignis sind Sie besonders stolz?

In all den Jahren waren es die Arbeit und Entschlossenheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die uns so weit gebracht haben. Das wurde besonders augenscheinlich, als 1999 das staatliche Monopol der Kfz-Haftpflichtversicherung fiel. Die Kundinnen und Kunden standen damals Schlange vor den Büros der Kooperativa. Um diesen Andrang zu bewältigen, haben wir selbst auf der Straße Tische aufgestellt. Alle haben zusammengeholfen und Polizzen ausgestellt, sogar Studenten wurden kurzfristig engagiert. Wir haben binnen kürzester Zeit über eine Million Verträge abgeschlossen. Das ist doch beeindruckend!

Die Kooperativa ist seit 25 Jahren Teil des VIG-Konzerns, welchen Aspekt schätzen Sie besonders?

Von Beginn an war klar, dass die Konzern-

zentrale in Wien auf unser lokales Management, das Team vor Ort und unsere spezifische Kenntnis des tschechischen Marktes setzt. Das finde ich richtig und vernünftig. In Österreich funktioniert nicht alles gleich wie in der Tschechischen Republik oder etwa in Rumänien. Die Menschen sind einfach überall ein bisschen anders, wie auch das Umfeld. Beispielsweise die Art und der Stil der Kommunikation: Eine Werbung, die die Tschechen witzig finden, kann in Ungarn oder Polen vielleicht überhaupt nicht funktionieren. Und ich muss sagen, dass ich persönlich diesen Ansatz des Konzerns – dieses Vertrauen in das Management der Konzerngesellschaften – sehr schätze.

Was ist Ihr Erfolgsgeheimnis?

Erfolg ist immer eine Kombination von mehreren Faktoren. Die wichtigsten sind meiner Meinung nach entschlossene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die ihren Job gerne und mit Freude machen, ein starker und erfahrener Kernaktionär, vertrauenswürdige Geschäftspartner und ein Management, das weiß, was

es will und auch, wie dies zu erreichen ist. Und insbesondere schätzen wir jede Kundin und jeden Kunden für das Vertrauen, das sie uns schenken. Genau dann kann man von Erfolg sprechen. Und die Kooperativa geht noch einen Schritt weiter – wir sind ein Versicherer, der immer bemüht ist, zuvorkommend und unkompliziert zu sein, und der weiß, dass das Leben nicht immer einfach ist. Die Kooperativa ist eine Versicherung fürs Leben, so wie es ist.



Martin Diviš: Vorstandsvorsitzender und Generaldirektor der tschechischen Kooperativa

AWARDS

VIG erhält TÜV-Auszeichnung für effiziente Prozesse

Die VIG setzt auf Qualität und Risikominimierung sowie auf Effizienz und Effektivität in den Prozessen und Arbeitsabläufen. Dafür erhielt die VIG-Abteilung „Internationale Prozesse und Methoden“ die TÜV-Qualitätsauszeichnung nach ISO 9001:2015. In der österreichischen Versicherungswirtschaft ist die Erreichung dieses Qualitätsstandards noch ein Novum.

Donau Versicherung bei AssCompact Awards 2016 ausgezeichnet

Die Donau Versicherung wurde im Rahmen des AssCompact Awards 2016 gleich mehrfach ausgezeichnet. So gab es Silbermedaillen für die Produkte in der Gewerbe-Bündelversicherung und der Landwirtschaftlichen Betriebsversicherung sowie die Bronzemedaille in der Gewerbe-Haftpflichtversicherung. Auch in der Gesamtwertung konnte die Donau Versicherung nach oben klettern: Sie zählt nun zu den Top-5-Versicherern Österreichs.

Deutsche InterRisk ist besonders verbraucherfreundlich

Weil ihre Verbraucherfreundlichkeit weit überdurchschnittlich ist, wurde die InterRisk vom Wirtschaftsmagazin FOCUS-MONEY im Rahmen ihrer Branchenstudie mit der Note „sehr gut“ bewertet. Die Studie inkludierte erstmals auch Maklerversicherer. „Dieses tolle Ergebnis bestätigt, dass der Maklerversicherer InterRisk auch bei den Versicherungsnehmern höchste Zufriedenheit genießt“, so Dietmar Willwert, Vorstand Vertrieb und Marketing der Gesellschaft.

Kooperativa erhält „Goldene Krone“

Die tschechische Kooperativa kann an ihren Erfolg der letzten Jahre anknüpfen und bleibt auch in der aktuellen Umfrage der Goldenen Krone die erfolgreichste Versicherungsgesellschaft der Tschechischen Republik. Gleich in vier Kategorien konnte die Konzerngesellschaft eine Medaille erringen, einmal Gold für die Industrie- und Gewerbeversicherung, einmal Silber für die Haushaltsversicherung und zweimal Bronze im Bereich Kfz- und Haftpflichtversicherung.

Omniasig ist doppelter Sieger

Wie bereits im vergangenen Jahr erhielt die Omniasig vom rumänischen XPRIMM Verlag eine Auszeichnung. Das Unternehmen wurde mit dem Prädikat „Beste Sachversicherung des Jahres“ versehen. Durch diesen Award werden jene Unternehmen geehrt, die nachweislich eine nachhaltige Entwicklung verfolgen, mit einem starken Fokus auf einen qualitativ hochwertigen und doch profitablen Service. Weiters konnte die Omniasig den Award für das „Beste Finanzunternehmen“ in Rumänien gewinnen.

KURZ & GUT

IR-Aktivitäten 2016

Die Vienna Insurance Group war auf insgesamt 12 internationalen Investorenkonferenzen vertreten. Dabei hat das Management Termine unter anderem in London, Frankfurt, Paris, München, Warschau und Prag wahrgenommen, um bestehende und potenzielle Investoren über aktuelle Entwicklungen im Konzern zu informieren. Insgesamt gab es 2016 mehr als 270 Investorenkontakte. Parallel dazu betreute das IR-Team 13 Analysten, die in unterschiedlichen Abständen Berichte zur VIG und ihre Einschätzungen zur Aktienentwicklung herausgeben. Auf den IR-Seiten im Internet (www.vig.com/ir) veröffentlicht die VIG stets aktuelle Informationen u.a. auch zu Veranstaltungen (inkl. verwendeter Präsentationen), Research-Berichte sowie die Kontaktdaten zum IR-Team, das gerne für Fragen zur Verfügung steht.

Dividende

Für langfristige Anleger ist und bleibt die VIG ein interessanter Titel, denn der Konzern schüttet seit dem Börsengang 1994 jährlich eine Dividende aus. Seit der Kapitalerhöhung 2005 verfolgt die VIG eine langjährige Dividendenpolitik, wonach zumindest 30% des Konzernnettogewinns (nach Minderheiten) an die Aktionäre ausgeschüttet werden. Dies ist auch für das Geschäftsjahr 2016 vorgesehen. Der Konzernvorstand wird den Gremien eine Dividende von 80 Cent je Aktie vorschlagen.

Kündigung der Ergänzungskapitalanleihen

Im Dezember 2016 informierte die VIG den Markt über die Kündigung zweier Ergänzungskapitalanleihen. Mit Wirkung 12. Jänner 2017 erfolgte die Rückzahlung von rund EUR 256 Mio. zum ersten ordentlichen Kündigungstermin durch die VIG als Emittentin. Bereits 2015 wurde, im Wissen um die Kündbarkeit der beiden besagten Ergänzungskapitalanleihen, ein Volumen von EUR 400 Mio. neu begeben. Auf Grund der langfristigen und umsichtigen Finanzplanung des Konzerns hatte die Kündigung somit keine negativen Auswirkungen auf das Rating und kaum auf die Solvenz. Vielmehr hat die VIG ihre Verlässlichkeit als Anleiheemittentin belegt.

Rating erneut bestätigt

Ein klarer Beleg für die hervorragende Kapitalausstattung des Konzerns ist das „A+“-Rating mit stabilem Ausblick der international anerkannten Ratingagentur Standard & Poor's. Das Rating unterstreicht die finanzielle Stabilität der VIG und wurde im Juli 2016 erneut bestätigt. Aufgrund ihrer Marktführerschaft in Österreich sowie Zentral- und Osteuropa wurde zudem die Wettbewerbssituation der VIG mit „stark“ beurteilt. Damit verfügt die VIG als international aufgestellter Versicherungskonzern weiterhin über das beste Rating aller ATX-Unternehmen.

A+ mit stabilem Ausblick

Solides Investment auf nachhaltigem Fundament

Die VIG punktet mit Kapitalstärke, aber nicht nur!

Oberste Prämisse, um das Vertrauen von Kunden zu gewinnen und darüber hinaus langfristig halten zu können, sind Stabilität und Sicherheit.

Für die Vienna Insurance Group, die seit ihrem Bestehen die Anliegen ihrer Kunden in den Mittelpunkt stellt, und fortwährend die Interessen aller Anspruchsgruppen bestmöglich im Auge behält, ist der dauerhafte Fortbestand der Versicherungsunternehmen und damit die Einhaltung und Erfüllung der Verpflichtungen gegenüber ihren Kunden zentraler Bestandteil des Selbstverständnisses. Unab-

dingbare Basis dafür ist die hervorragende Kapitalausstattung der VIG. Das Management der VIG trägt diesem Aspekt stets Rechnung und verfolgt in seiner Unternehmensführung eine nachhaltige, auf Langfristigkeit ausgerichtete Strategie.

Der Konzern ist ausgezeichnet positioniert

Die hervorragende Positionierung der VIG in Österreich und den Märkten Zentral- und Osteuropas und die strategische Herangehensweise zur optimalen Ausschöpfung des vorhandenen Wachstumspotenzials bilden – in Verbindung mit der konservativen Veranlagungs- und Rückversicherungspolitik sowie der starken Kapitalisierung des Konzerns – die attraktive Investmentstory der VIG.

Als Versicherungskonzern steht die VIG im besonderen Ausmaß für Stabilität und Sicherheit. In Zeiten erhöhter Volatilität und gestiegener Unsicherheiten rücken Kapitalisierung und ausreichend große Sicherheitspolster verstärkt in den Blickpunkt der Aufmerksamkeit von Kunden und Investoren. Und so stehen auch bei Aufsichtsbehörden die Eigenmittelausstattung der Konzerne und damit genau diese „Kapitalpuffer“ im Fokus.

Durch die Einführung von Solvency II sind seit 1. Jänner 2016 neue risikobasierte Kapitalanforderungen für den europäischen Versicherungssektor in Kraft. Die wesentliche Kenngröße für die Solvabilität bildet damit die Solvenzrate, die das Verhältnis der Eigenmittel zum Kapitalerfordernis widerspiegelt. Die Eigenmittel werden dabei mittels ökonomischer Bilanz ermittelt. Das Kapitalerfordernis wird entweder anhand einer vorgegebenen Standardformel oder mit Hilfe eines individuellen unternehmensinternen Modells berechnet.

VIG ist einzige heimische Versicherungsgruppe mit internem Modell

Voraussetzung dafür ist eine Genehmigung durch die Aufsichtsbehörden. Aufgrund einer unzureichenden Abbildung des Risikoprofils gemäß Standardformel hat sich die VIG dazu entschlossen, die Geschäftsbereiche Schaden/Unfall sowie die Immobilienveranlagung intern zu modellieren. Das jahrelange, umfangreiche

und vor allem äußerst komplexe Projekt konnte mit Genehmigung durch die österreichische Finanzmarktaufsichtsbehörde (FMA) mit Ende 2015 erfolgreich zum Abschluss gebracht werden. Die VIG ist damit bisher die einzige Versicherungsgruppe in Österreich, die ein genehmigtes internes Modell vorweisen kann und dieses seit Inkrafttreten von Solvency II zum 1. Jänner 2016 unmittelbar anwendet.

Per Ende 2016 verfügt die VIG als Einzelgesellschaft über eine Solvenzquote von ca. 390%. Durchgerechnet auf die börsennotierte Gruppe ergibt sich eine Solvency-II-Quote auf Vorjahresniveau und belegt damit die hervorragende Kapitalausstattung des Konzerns (ungeprüfte Werte). Die Kapitalstärke an sich ist für die VIG aber niemals Selbstzweck. Der Konzern achtet darauf, ausreichende Risikopuffer zu halten, um etwaige zukünftige Gefahren aus dem bestehenden Portfolio abzusichern. Als börsennotiertes Unternehmen, das von den Wachstumspotenzialen – insbesondere in CEE – überzeugt ist, benötigt

die VIG einerseits ausreichend Kapital zur Nutzung dieser Wachstumschancen und andererseits möchte sie auch ihre Aktionäre in Form von Ausschüttungen an ihrem Erfolg teilhaben lassen. Dies ist das Spannungsfeld, in dem sich der Konzern in seiner Finanzplanung bewegt. Die ausgewogene Balance zu finden ist dabei die große Herausforderung.

„Als Versicherungskonzern steht die VIG in besonderem Ausmaß für Stabilität und Sicherheit.“

„Die VIG verfolgt einen sehr langfristigen Ansatz in Bezug auf ihre Kapitalplanung.“

Die VIG verfolgt einen langfristigen Ansatz in Bezug auf ihre Kapitalplanung. Dies wird durch die im März 2015 begebene nachrangige Anleihe mit einem Volumen von EUR 400 Mio. deutlich. Dabei konnte das günstige Marktumfeld genutzt und ein attraktiver Zinssatz von 3,75% erzielt werden. Andererseits wurden Ende 2016 zwei Ergänzungskapitalanleihen zum ersten Call-Date im Jänner 2017 gekündigt.

„A+“-Rating mit stabilem Ausblick

Dass sich die VIG mit ihrer langfristigen Kapitalplanung auf dem richtigen Weg befindet, wird bereits seit März 2009 durch das „A+“-Rating mit stabilem Ausblick von Standard & Poor's (S&P) unterstrichen. Die Experten von S&P beurteilen das geschäftliche Risikoprofil des Konzerns als „stark“, das finanzielle Risikoprofil mit „sehr stark“.

Beim Geschäftsrisikoprofil sind es insbesondere die solide Diversifikation nach Geschäftsbereichen und der gut etablierte Multikanalvertrieb, der die exklusive Vertriebspartnerschaft mit der Erste Group inkludiert, sowie die starke Wettbewerbsposition in Österreich und CEE, die Erwähnung im Ratingbericht finden. Das Finanzrisikoprofil basiert auf dem Kapitalmodell von S&P, welches für sich alleine betrachtet sogar ein noch besseres Rating rechtfertigen würde.

Damit ist die VIG das bestgeratete Unternehmen im ATX. Ziel ist es, dieses Rating langfristig zu halten oder gegebenenfalls sogar zu verbessern.

DIE VIG EQUITY STORY

Marktführer in Österreich und CEE

Langfristiges Wachstumspotenzial

Erfolgreiches Geschäftsmodell: (mit breiter Diversifikation nach Ländern, Produkten und Vertriebswegen)

Optimale Kombination aus lokalem Unternehmertum und zentraler Risikosteuerung

Erfahrenes Management

Starke Kapitalisierung

Konservative Veranlagungspolitik



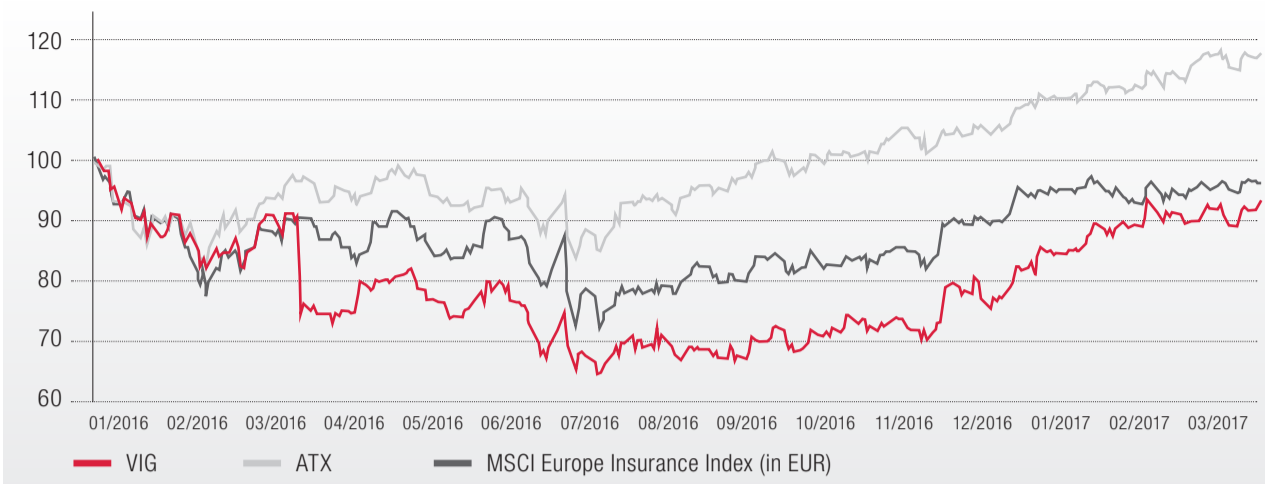
Für Ihre Fragen rund um den Konzern und die VIG-Aktie steht das Investor-Relations-Team gerne zur Verfügung.

Nina Higatzberger-Schwarz

Leiterin Investor Relations
Tel.: +43 (0) 50 390-21920
E-Mail: nina.higatzberger@vig.com

AKTIENVERLAUF – VIENNA INSURANCE GROUP (VIG)

im Vergleich zum ATX und zum MSCI Europe Insurance Index (in EUR), 1. Jänner 2016 bis 8. März 2017



KENNZAHLEN – VIENNA INSURANCE GROUP (VIG)

Kennzahlen zur Aktie		2016	2015	2014
Marktkapitalisierung	EUR Mio.	2.726,40	3.237,12	4.746,24
Durchschnittliche Zahl gehandelter Aktien pro Tag	Stück	rd. 161.000	rd. 147.000	rd. 65.000
Durchschnittlicher Börsenumsatz pro Tag (Einfachzählung)	EUR Mio.	3,9	6,8	3,1
Ultimokurs	EUR	21,300	25,290	37,080
Höchstkurs	EUR	24,790	42,620	40,070
Tiefstkurs	EUR	16,095	24,910	33,800
Aktienperformance des Jahres (ohne Dividende)	%	-15,80	-31,80	2,36
Dividende je Aktie	EUR	0,80 ¹⁾	0,60	1,40
Dividendenrendite	%	3,76	2,37	3,78
Ergebnis je Aktie ²⁾	EUR	2,16	-0,27	2,46
KGV 31. Dezember		9,86	-93,67	15,07

¹⁾ Vorschlag des Vorstands an die Hauptversammlung
²⁾ Die Berechnung dieser Kennzahl umfasst die aliquoten Zinsaufwendungen für Hybridkapital.

VIG-AKTIE IM ÜBERBLICK

Erstnotiz (Wien)	17. Oktober 1994
Erstnotiz (Prag)	5. Februar 2008
Anzahl Stammaktien	128 Mio. Stück
Streubesitz	rund 30 %
ISIN	AT0000908504
Wertpapierkürzel	VIG
Bloomberg	VIG AV / VIG CP
Reuters	VIGR.VI / VIGR.PR
Rating – Standard & Poor's	A+, stabiler Ausblick

FINANZKALENDER*

Nachweisstichtag Hauptversammlung	2. Mai 2017
Hauptversammlung	12. Mai 2017
Ex-Dividenden-Tag	17. Mai 2017
Nachweisstichtag Dividende (Record Date)	18. Mai 2017
Dividenden-Zahltag	19. Mai 2017
Ergebnis 1. Quartal 2016	23. Mai 2017
Ergebnis 1. Halbjahr 2016	22. August 2017
Ergebnis 1.–3. Quartal 2016	29. November 2017

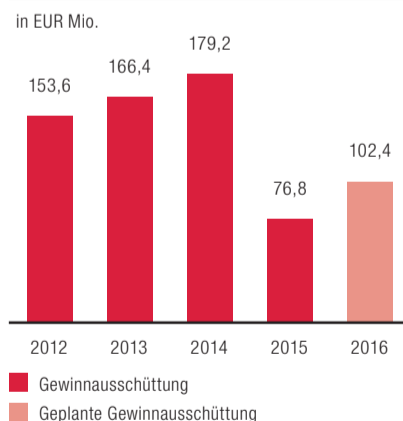
* Vorläufige Planung

VIG-AKTIONÄRSSTRUKTUR



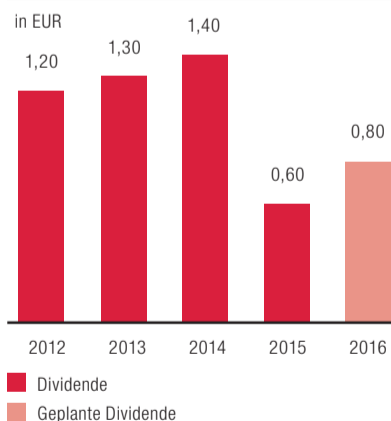
■ rd. 70% Wiener Städtische Versicherungsverein
 ■ rd. 30% Streubesitz

GEWINNAUSSCHÜTTUNG



■ Gewinnausschüttung
 ■ Geplante Gewinnausschüttung

DIVIDENDE JE AKTIE



■ Dividende
 ■ Geplante Dividende

SERVICETIPP

Online-Geschäftsbericht

Auf der Website der Vienna Insurance Group www.vig.com finden Sie eine sowohl für das Internet als auch für mobile Endgeräte optimierte Online-Version des Geschäftsberichts. Allen Interessierten wird dadurch, jederzeit und überall, ein Einblick in die Geschäftsentwicklung des Unternehmens ermöglicht. Sämtliche Kapitel können als PDF heruntergeladen werden. Zusätzlich stehen Ihnen die wichtigsten Tabellen als Excel-File zum

Download zur Verfügung. Weitere Funktionen wie Verlinkungen innerhalb des Berichts sowie der Vergleich mit dem Vorjahr schaffen Transparenz und führen auf direktem Wege zu den gewünschten Informationen.

Den **VIG-Online-Geschäftsbericht** finden Sie unter: www.vig.com/GB2016



AKTIE 2016

Die VIG-Aktie im Aufwärtstrend

Nichts scheuen Anleger mehr als Unsicherheit. Das hat auch die VIG-Aktie zu spüren bekommen. Seit Ende 2016 gibt es aber wieder einen deutlich positiven Trend.

Das Börsenjahr 2016 bescherte vielen Marktteilnehmern einige unerwartete Entwicklungen. Der überraschende Ausgang des Brexit-Votums, die anhaltende Flüchtlingskrise und globale Konjunktursorgen aufgrund unklarer Daten aus China waren die Hauptgründe für ein politisch wie makroökonomisch unsicheres Umfeld. Gerade in den ersten Monaten beeinflussten diese Faktoren die Entwicklung an den Aktienmärkten entsprechend negativ. In diesem Umfeld verlief der Kurschart der Aktie der Vienna Insurance Group parallel zum Wiener Leitindex ATX (Austrian Trade Index) und im Einklang mit internationalen Vorgaben und Tendenzen.

Die Veröffentlichung des Jahresergebnisses 2015 mit der Bekanntgabe der im Vergleich zum Vorjahr reduzierten Dividende von EUR 0,60 stellte Mitte März allerdings einen deutlichen Einschnitt dar. Im Zuge des irritierenden Ergebnisses des britischen Votums zur Mitgliedschaft in der Europäischen Union verzeichnete die Aktie der Vienna Insurance Group schließlich am 5. Juli 2016 den Jahrestiefstkurs von EUR 16,095.

Eine Aufwärtsbewegung setzte dank guter Konjunkturdaten – insbesondere auch in der CEE-Region – in der zweiten Jahreshälfte ein. Nach einer Phase volatiler Seitwärtsbewegungen nahm der Kurs der VIG-Aktie – analog zum ATX und dem Euro Stoxx Insurance Index – mehr und mehr an Fahrt auf und erreichte zum Jahresende den Wert von EUR 21,300. Diese Entwicklung ist gleichbedeutend mit einem Anstieg von bemerkenswerten 32,3%. Der Jahreshöchstkurs vom 4. Jänner 2016 von EUR 24,790 blieb allerdings außer Reichweite.

Die Jahresperformance 2016 fiel mit einem Minus von 15,78% entsprechend enttäuschend aus. Das im Vergleich zum Vorjahr um rund 10% gestiegene Aktienhandelsvolumen soll aber nicht unerwähnt bleiben.

Anhaltende Erholung der VIG-Aktie auch 2017

Sehr gut geglückt ist der Start in das Jahr 2017. Die Aktie der Vienna Insurance Group schaffte nachhaltig den Sprung über die Marke von EUR 22,000 und schloss Mitte Februar bzw. Anfang März 2017 mehrmals mit Kursen deutlich über EUR 23,000. Der seit Ende 2016 ungebrochene Aufwärtstrend ist jedenfalls ein deutliches Anzeichen dafür, dass Investoren wieder Vertrauen in die Entwicklung der VIG gewinnen und das stabile Fundament des Konzerns sowie der klare strategische Kurs erneut in den Blickpunkt von Anlegern rücken.

CSR braucht einen klaren Fokus

Verantwortung wahrzunehmen setzt voraus, die Erwartungshaltungen zu kennen

Mittels Stakeholderbefragung und Wesentlichkeitsanalyse auf der Spur der zentralen sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Themen der VIG.



2.

Kundenzufriedenheit
Sicherstellung hoher Zufriedenheit von Kunden inkl. fairer Leistungsabwicklung

Zu Beginn dieses Prozesses wurde eine Liste mit potenziell relevanten CSR-Themen angelegt. Diese speiste sich aus folgenden Quellen: zukünftige gesetzliche Anforderungen, Kriterien internationaler Standards, Analyse der internen Dokumente, Berichte internationaler Peers sowie Anforderungen aus Nachhaltig-

Stakeholdern, NGOs, verschiedenen Experten, Medien und Lieferanten zusammensetzten. Hier wurden die Befragten gebeten, die gesammelten Aspekte nach ihrer Wichtigkeit in Bezug auf die künftige Nachhaltigkeitsberichterstattung innerhalb der Themenblöcke zu reihen und anschließend diese Themenblöcke selbst zu ranken. Als große Themenblöcke standen „Nachhaltiges Wirtschaften“, „Produkt- und Kundenverantwortung“, „Umgang mit der Umwelt“, „Umgang mit den Mitarbeitern“ und „Einbindung der Gesellschaft“ mit je zwei bis sechs Unterthemen zur Verfügung. Rund 770 Personen machten von dieser Gelegenheit Gebrauch und folgten der Einladung, ihre Meinung einzubringen.

Die Ergebnisse zeigen, dass das Management einerseits, die Mitarbeiter und externen Stakeholder andererseits bei ihren Gewichtungen und Prioritäten eng beisammen liegen. Von beiden Seiten wurde langfristige Stabilität und ertragreiches Wachstum als wichtigstes Thema im CSR-Kontext eingestuft. Auf Rang zwei erscheint das Thema Kundenzufriedenheit, dicht gefolgt von sozialen und ökologischen Faktoren in der Unternehmensstrategie. Die Reihung aller Themen mit höchster Priorität wurde in den abgebildeten Boxen dargestellt.

In der Vienna Insurance Group erachten wir die Durchführung der Stakeholderbefragung und Bewertung der Wesentlichkeit der Themen als einen ersten Schritt der Weiterentwicklung des Konzerns im Bereich CSR. Sie dienen uns als wichtiger Richtungsweiser für die künftige Ausrichtung, mit der sich die Vienna Insurance Group im laufenden Jahr intensiv auseinandersetzen wird.

Verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln ist ein sehr umfassendes Gebiet. Das ist Fluch und Segen zugleich. Zum einen kann Corporate Social Responsibility (CSR) ein extrem breites Feld bedienen – vom nachhaltigen Wirtschaften über Produkte mit ökologischem Mehrwert bis hin zur Einbindung relevanter gesellschaftlicher Gruppen –, zum anderen kann man sich in dieser Weite auch verlieren und gleichsam in der Beliebigkeit versinken.

Damit gerade das der Vienna Insurance Group, mit ihren unzähligen Schnittstellen gesellschaftlicher Relevanz, nicht passiert, ist man darangegangen, die wesentlichen sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Themen für den Konzern unter Einbindung relevanter Stakeholder zu identifizieren. Dazu wurde ein mehrstufiger Analyseprozess angestoßen, damit der gesellschaftliche Beitrag der VIG nicht nur aufgezeigt, sondern gemeinsam mit den Stakeholdern auf seine Bedeutung hin überprüft, ergänzt und mit Rücksicht auf die bestehenden Bedürfnisse verbessert werden kann.

3.

Soziale und ökologische Faktoren in der Unternehmensstrategie
Berücksichtigung von sozialen, ökologischen und Governance-Faktoren in der allgemeinen Geschäfts- und Risikostrategie

keitsratings. In einem anschließenden internen Workshop wurden die einzelnen Aspekte auf ihre Relevanz für die VIG überprüft und einzelnen Themenblöcken zugeordnet.

Ein aus diesen Vorarbeiten entwickelter Online-Fragebogen erging Mitte September 2016 sowohl an interne Stakeholder (Mitarbeiter, Management) als auch an unsere externen Interessensgruppen, die sich aus Großkunden, Vertriebspartnern, Investoren, Analysten, politischen

4.

Produkte und Dienstleistungen mit Mehrwert

Angebot von Produkten und Services, die ökologischen und gesellschaftlichen Mehrwert liefern, z.B. Servicezugang für benachteiligte Bevölkerungsgruppen

5.

Compliance

Einhaltung der Gesetze sowie freiwilliger, öffentlich gemachter Bekenntnisse (z.B. Code of Business Ethics), inkl. Verhinderung von Korruption, Bestechung und wettbewerbswidrigem Verhalten

6.

Produkt- und Dienstleistungsinnovationen

Bereitstellung von innovativen Produkten und Dienstleistungen entsprechend der Bedürfnisse von Konsumenten, u.a. durch die Nutzung digitaler Neuerungen

7.

Datensicherheit
Schutz der Privatsphäre des Kunden

8.

Aus- und Weiterbildung
Förderung der Aus- und Weiterbildung von Mitarbeitern und Sicherstellung hoher fachlicher und persönlicher Qualifikation

9.

Soziale und ökologische Faktoren im Investmentprozess

Berücksichtigung von ökologischen und sozialen Belangen sowie Menschenrechten im Investmentprozess

Für Ihre Fragen rund um CSR in der VIG steht unsere CSR-Verantwortliche Frau Petra Ringler gerne zur Verfügung.

Petra Ringler
CSR-Verantwortliche
Tel.: +43 (0) 50 390-26052
E-Mail: petra.ringler@vig.com

Reinhard Friesenbichler zur Bedeutung nachhaltigen Managements Kollektive Risikoübernahme ist wesentlich für das Funktionieren eines Wirtschaftssystems

Versicherungen haben über ihre Anlageportfolios eine nicht zu unterschätzende Wirkungsmöglichkeit. Das betrifft nicht zuletzt den Aspekt der Nachhaltigkeit. Ein Thema, das an Bedeutung gewinnt.

Was bedeuten Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung bei einer Versicherung?

Da lassen sich drei Schauplätze gesellschaftlich verantwortungsvollen Handelns lokalisieren: die Produktpolitik, die Anlagepolitik und die Beziehungen zu den Stakeholdern.

Basis einer Versicherung ist das Prinzip der kollektiven Risikoübernahme. Darum sind Versicherungsprodukte wesentlich für das Funktionieren eines modernen Wirtschaftssystems. Ereignisse, deren Folgen für den Einzelnen untragbar sind, verlieren ihren existenzbedrohenden Charakter. Das ist per se ethisch wertvoll.

Wesentlich für die gesellschaftliche Wirkung eines Versicherungsprodukts ist, worauf es sich bezieht. Plakativ formuliert: Es macht einen Unterschied, ob sich eine Betriebsunterbrechungsversicherung auf ein Kohlekraftwerk oder auf eine Windkraftanlage bezieht. Es geht also um ein kluges und nachhaltigkeitsorientiertes Produktdesign.

Die Anlageportfolios von Versicherungen sind tendenziell konservativ, was grundsätzlich auch gut zu einer nachhaltigen Anlagestrategie passen würde. Hier fehlt aber oft noch das Bewusstsein für die enormen Wirkungsmöglichkeiten der Branche.

Die Beurteilung der Stakeholderbeziehungen der Versicherungsbranche fällt, trotz typischer Branchenprobleme, wie beispielsweise die Komplexität bei der Produkt- und Preisgestaltung, im Schnitt recht gut aus.

Welchen Stellenwert haben nachhaltige Investments und wohin geht die Entwicklung?

Einen stark wachsenden! Als ich vor 20 Jahren meine Abschlussarbeit an der Uni zum Thema Ethikfonds verfasst habe, gab es bei uns noch kaum entsprechende Produkte und ich flog in die USA, um die Protagonisten der Szene zu interviewen. Das ist heute völlig anders: Erstens hat sich die Initiative klar von Amerika nach Europa verlagert, zweitens sind die Marktanteile auf mittlerweile zweistellige Prozentbeträge gestiegen.

Mit einer Fortsetzung dieses Trends ist zu rechnen. Zunehmend realisieren Anleger, dass die Investmentsphäre Teil

einer umfassenden gesellschaftlichen Verantwortung ist.

Der VÖNIX ist der Nachhaltigkeitsindex am österreichischen Kapitalmarkt und basiert auf dem von Ihnen entwickelten Nachhaltigkeitsmodell. Was sagt es über ein Unternehmen aus, in diesem Index vertreten zu sein?

Ziel des VÖNIX ist es, die hinsichtlich ökologischer und gesellschaftlicher Leistung besten Unternehmen an der Wiener Börse zu identifizieren. Und hierzu zählen die jährlich neu ausgewählten rund 20 bis 25 VÖNIX-Mitglieder, darunter seit Indexstart 2005 auch die Vienna Insurance Group.

Dieser nachhaltige Aktienkorb performt langfristig um etwa 1% jährlich besser als der ATX Prime.

„Wesentlich ist die gesellschaftliche Wirkung des Produkts.“

Inwieweit ist dieses Gedankengut bei Unternehmen im CEE-Raum verankert?

Für CEE gibt es – betrieben durch rfu und Wiener Börse – seit 2009 ebenfalls einen Nachhaltigkeitsindex: den CEE-RIUS. Die Methodik ist die gleiche wie beim VÖNIX. Insofern haben wir seit vielen Jahren den direkten Vergleich.

Das früher klare Ost-West-Gefälle betreffend Nachhaltigkeit nimmt zusehends ab. Viele Firmen aus der Region unterscheiden sich in ihrem CSR-Management durch nichts von Unternehmen aus Deutschland, Großbritannien oder Skandinavien. Gleichzeitig sind jedoch an einigen osteuropäischen Börsen ökologische

Risikobranchen wie Bergbau, Erdöl und Erdgas besonders stark vertreten.

Die VIG befindet sich bei der Umsetzung ihrer CSR-Strategie aktuell bei der Durchführung der Wesentlichkeitsanalyse. Wie wichtig ist es für ein Unternehmen, sich beim Thema CSR auf das Wesentliche zu konzentrieren?

Absolut wichtig! Wie bei allen Managementaufgaben geht es auch bei CSR darum, die wichtigen und erfolgskritischen Felder zu identifizieren und die Ressourcen des Unternehmens möglichst effizient einzusetzen. Gerade bei einer Versicherung mit ihrer abstrakten Leistungspalette sind die wesentlichen Handlungsfelder oft nicht auf den ersten Blick erkennbar. Eine systematische Auseinandersetzung im Rahmen einer Wesentlichkeitsanalyse ist daher besonders wertvoll.

Zur Person

Reinhard Friesenbichler ist Spezialist für nachhaltiges Investment und Management. Er ist Gründer der Unternehmensberatung rfu, auf deren Nachhaltigkeitsmodell der Index VÖNIX basiert.



Reinhard Friesenbichler: Mastermind hinter dem österreichischen Nachhaltigkeitsindex VÖNIX

VIG-VERANLAGUNG



KORNEL STROBLER

„Verantwortung ist ein wesentlicher Pfeiler unserer Investmentphilosophie“

Gerald Weber,
Leitung VIG Asset Management

„Global denken – lokal lenken“ – diesem Prinzip folgt die VIG vorrangig auch im Rahmen ihrer Anlageentscheidungen. Das bedeutet etwa im Bereich der Infrastrukturinvestitionen, lokale Projekte zu unterstützen, die nachhaltig eine Verbesserung der Lebensbedingungen für die Menschen vor Ort mit sich bringen. Dazu zählt auch das Bereitstellen von leistbarem Wohnraum in Österreich. Die VIG besitzt per Jahresende 2016 Kapitalanlagen im Ausmaß von rund EUR 3,7 Mrd., die in Gemeinnützigen Gesellschaften gehalten werden. Diese bauen und sanieren Wohnungen mit erschwinglichen Mieten und eröffnen damit einer breiten Bevölkerungsschicht Zugang zu ihren eigenen vier Wänden.

Dies trägt nicht nur zur Stabilität des Wohnungsmarktes bei, sondern fördert auch den sozialen Zusammenhalt – angesichts der gestiegenen Mieten, vor allem in Ballungszentren, ein sehr wichtiger Beitrag. Die hohe Sanierungstätigkeit im gemeinnützigen Wohnbau sorgt darüber hinaus für eine Reduzierung des Energiebedarfs und damit für einen wichtigen ökologischen Impuls. Die Verringerung des Flächenverbrauchs durch bauliche Verdichtung mittels mehrgeschossiger Bauten leistet ihr Übriges.

Ein weiterer zentraler Punkt in der Investmentphilosophie der VIG ist die Veranlagung in Staatsanleihen der CEE-Region. Damit wird diesen Staaten langfristiges Kapital zur Verfügung gestellt. Hier übernehmen wir die Rolle eines nachhaltigen Investors innerhalb unseres eigenen Marktes.

Eine verantwortungsvolle Veranlagungsstrategie spielt insbesondere vor dem Hintergrund der lang laufenden Verpflichtungen der Lebensversicherung eine große Rolle. Der Gewährleistung, diesen Verpflichtungen auch in Zukunft vollumfänglich nachkommen zu können, wird in der Veranlagung oberste Priorität eingeräumt. Die Lebensversicherer im Konzern sind verpflichtet, diesem Umstand durch entsprechende Steuerungsmaßnahmen Rechnung zu tragen. Um sie dabei zu unterstützen, werden im Konzern regelmäßig Analysen zur Fristenkongruenz durchgeführt. Unter Verwendung der aktuellen Marktparameter kann damit sichergestellt werden, dass die VIG ihre Verpflichtungen aus diesem Geschäftsbereich jederzeit erfüllen kann.

NACHHALTIGKEITSINDIZES: DIE VIG IST 2016 IM FTSE4GOOD UND VÖNIX GELISTET

FTSE4Good

Der FTSE4Good Index wurde entwickelt, um Unternehmen aufzuzeigen, die weitreichende Maßnahmen im Bereich Umwelt, Soziales und Governance setzen. Die Aktie der Vienna Insurance Group wurde Mitte 2007 in diesen globalen Index aufgenommen.

VÖNIX

Der erste österreichische Nachhaltigkeitsindex VÖNIX – VBV-Österreichischer Nachhaltigkeitsindex – setzt sich aus jenen börsennotierten österreichischen Unternehmen zusammen, die hinsichtlich sozialer und ökologischer Leistung führend sind. Die Aktie der Vienna Insurance

Group ist seit Mitte 2005 in diesem Index vertreten.



Mobile Minds – gemein auf die Reise schicken

Wenn ein Konzern wie die Vienna Insurance Group den gesamten Wirtschaftsraum Zentral- und Osteuropas abdeckt, was liegt da näher, als diese Fülle an Kompetenz und Wissen durch gezielte Maßnahmen zu verteilen und zu vermehren? Mitarbeiter der Vienna Insurance Group haben in der Holding oder in einer der rund 50 Konzerngesellschaften Gelegenheit, im Rahmen von individuell maßgeschneiderten Mobilitätsprogrammen die für sie relevanten Fachbereiche auch in einer anderen VIG-Gesellschaft kennenzulernen. Parallel dazu wird der Wissenstransfer über die Gesellschaften hinweg durch internationale Projekte und Meetings sowie den internationalen konzernweiten Jobmarkt gefördert.

Mit Mobilitätsprogrammen werden Grenzen überwunden

Gemeinsam und voneinander lernen können dabei nicht nur junge Nachwuchstalente, sondern auch Experten und Führungskräfte. Eine Chance, die **Wolfgang Hajek**, Beteiligungsmanager der VIG Holding, wahrgenommen hat. Er war im Rahmen seines Mobilitätsprogramms in Georgien. Der Erfahrungsaustausch hat sein Verständnis für das lokale Marktumfeld entscheidend geprägt: „Es war sehr interessant, mit meinen lokalen Kollegen über den georgischen Krankenversicherungsmarkt und dessen Entwicklung zu sprechen und Wachstumspotenziale für unsere Beteiligungen in Georgien zu diskutieren. Ich habe gute Einblicke bekommen, wie diese Beteiligungen geführt werden, welches Geschäftsmodell dahintersteht und wie sich das Gesundheitssystem vor Ort entwickelt“, erklärt Hajek. Wissen, das er nicht erlangt hätte, hätte er seinen Wiener Schreibtisch nicht für einige Zeit verlassen. Es ist dieser gezielte Informationsaustausch durch persönliche Gespräche mit Kollegen aus anderen Konzerngesellschaften, der im Vordergrund steht und gefördert wird. Die Teilnehmer der Mobilitätsprogramme lernen, wie Arbeitsabläufe, Standards und Best Practice andernorts aussehen.

Ziel des Programms ist es, das Wissen der Teilnehmer zu mehren sowie die Bildung von länderübergreifenden Netzwerken

VIG IN WORT UND BILD

Auf unserer Website unter www.vig.com/videos erhalten Sie mehr Hintergrundinfos zur VIG bzw. einen Blick hinter die Kulissen. Unter anderem erzählen Mitarbeiter über ihre bisherigen Erfahrungen, vielfältigen Tätigkeiten und unterschiedlichen Karrierewege.



innerhalb des Konzerns zu fördern. „Die Bilanz meines einmonatigen Mobilitätsprogramms: 5 Länder, 9 Konzerngesellschaften, ein erweitertes berufliches Netzwerk und unbezahlbare Erfahrungen“, erzählt **Chantal Rannersberger**. Sie ist maßgeblich an der Zusammenstellung und Ausarbeitung der VIG-Konzernberichterstattung beteiligt und sammelt in diesem Zusammenhang auch Informationen und Highlights aus den lokalen Konzerngesellschaften. „Normalerweise läuft die Kommunikation über E-Mails und Telefonate. Die Kollegen persönlich kennenzulernen und Kontakte in unterschiedlichsten Bereichen zu knüpfen, war ein großer Gewinn und macht das Zusammentragen von Information jetzt wesentlich effektiver“, erklärt Rannersberger. Eine Erfahrung, die auch **Darya Konoplitskaya** von der Kupala in Weißrussland gemacht hat. Als Senior Financial Manager fungiert sie als Schnittstelle zwischen Minsk und Wien und ist daher ständig in Kontakt mit Kollegen in der Holding. „Natürlich kann man auch online und telefonisch kommunizieren. Wenn ich aber mein Gegenüber kennengelernt habe, dann bekommt die Kooperation eine ganz andere Qualität“, erklärt sie. Nach ihrem Mobilitätsprogramm in der VIG Holding, im Rahmen dessen sie Abteilungen wie Asset Management oder auch Rechnungswesen durchlaufen hat, weiß sie, worauf es den Kollegen in Wien ankommt und wie ohne große Reibungsverluste zusammengearbeitet werden kann. „Außerdem“, so Konoplitskaya, „war es natürlich eine ganz tolle Erfahrung. Ein anderes Land und viele neue Kollegen, die ihr Wissen und ihre Erfahrung mit mir geteilt haben. Ich würde das sofort wieder machen“.

Im Konzern sind auch Meetings multinational

Die Vienna Insurance Group ist ein fester Bestandteil am Versicherungsmarkt Zentral- und Osteuropas. Die Besonderheiten und Herausforderungen der einzelnen Länder in dieser Region variieren aufgrund unterschiedlicher Kulturen, Erfahrungen und wirtschaftlicher Gegebenheiten. Das Mobilitätsprogramm, internationale Projekte und internationale Meetings zahlreicher Fachbereiche fördern die notwendige interkulturelle Kompetenz innerhalb des Konzerns und dienen dazu, das Verständnis füreinander zu vertiefen.

Das Feedback der Teilnehmer zeigt, dass ihnen die unterschiedlichen Maßnahmen geholfen haben, den Konzern in seiner Gesamtheit zu verstehen. So beschreibt das auch **Alexandru Tindeche**, Mathematiker bei der BCR Leben in Bukarest, den das Mobilitätsprogramm in das Aktuariat der VIG Holding geführt hat

und der darüber hinaus auch an konzernübergreifenden Aktuarsmeetings teilgenommen hat: „Innerhalb der VIG hat man die Chance zu verstehen, wie Versicherungsprozesse als Einheit funktionieren. Das ist wie in einem Puzzle: Ein Prozess alleine bedeutet nichts, aber alles macht Sinn, wenn man das große Ganze sieht.“

Der Austausch von Best-Practice-Lösungen findet regelmäßig in Form von länderübergreifenden Treffen statt, was zudem der Förderung einer gemeinsamen Unternehmens-



mens-kultur dient. Eine perfekte Möglichkeit, Maßnahmen und Projekte gemeinsam zu diskutieren, Commitment zu schaffen, offene Fragen zu stellen oder sich ganz einfach mit seiner Meinung einzubringen.

Einblicke ins Tagesgeschäft anderer Konzerngesellschaften sowie der intensive Austausch von Know-how leisten einen wertvollen Beitrag zur Erweiterung der persönlichen und fachlichen Kompetenzen. **Božena Kelić** von der kroatischen Gesellschaft Wiener Osiguranje kam zum Training ins Aktuariat in Wien.

insam Wissen

Qualifizierte Mitarbeiter erwarten einiges von ihrem Arbeitgeber. Um die Leistungsqualität und die Motivation im Konzern weiter zu fördern, setzt das VIG Personalmanagement mit den Mobilitätsprogrammen eine gezielte Maßnahme zur nachhaltigen Personalentwicklung und zum gruppenweiten Zusammenrücken.

„Was ich besonders geschätzt habe, ist die positive und proaktive Atmosphäre. Ich sehe das Mobilitätsprogramm als gute Gelegenheit, um meine Kenntnisse zu vertiefen und Neues zu lernen. Wenn man sich dann bei einem internationalen Meeting wiedertrifft, kann man rasch anknüpfen.“

Darya Konoplitskaya, Senior Financial Manager, Kupala, Minsk



Ein „Aha-Erlebnis“, das auch **Biljana Nikolovska-Miteva** hatte. Die Teamleiterin der Geschäftsberichtserstattung der Konzerngesellschaft Makedonija in der mazedonischen Hauptstadt Skopje hat im Rahmen

Božena Kelic, Mathematikerin, Wiener Osiguranje, Zagreb



Jan Martin, Generalsekretär, Compensa Nichtleben, Vilnius

recht persönliche Botschaft mitgeben: „Vielen Dank an alle, die meine Zeit in Wien zu einer unvergesslichen und ermutigenden Erfahrung gemacht haben“.

Prag oder Wien? Mit dem internationalen Jobmarkt geht beides!

Die unterschiedlichen Maßnahmen zur Förderung der Mitarbeitermobilität sind nicht zuletzt für die Konzernholding selbst sehr wichtig. Genauso wie ein Manager auf die Aufbereitung von Informationen durch seine Mitarbeiter angewiesen ist, braucht die Vienna Insurance Group Input zur Sichtweise der einzelnen Konzerngesellschaften. Ganz wesentlich am Informationsfluss zwischen Prag und Wien beteiligt ist **Michal Komačka**. Der Enterprise Risk Manager teilt sich seine Zeit zwischen der Kooperativa in der Tschechischen Republik und der VIG Holding in Wien. „Ich schätze die Möglichkeit und Flexibilität, sowohl in Wien als auch in Prag arbeiten zu können und so tatsächlich den Konzern zu spüren“, erklärt Komačka. Es ist dieser permanente Perspektivenwechsel, der so entscheidend für die erfolgreiche Zusammenarbeit ist. „Der größte Vorteil ist, die Leute auf beiden Seiten zu kennen. Die Chance, auf der Gruppenebene zu arbeiten und andererseits mit den Themen einer Konzerngesellschaft unmittelbar konfrontiert zu sein, gibt mir die Möglichkeit, größere Zusammenhänge zu erkennen.“

Internationale Projekte

Das sieht auch **Jan Martin**, Generalsekretär in der Compensa Nichtleben im Baltikum so. Er arbeitete im Rahmen eines internationalen Projektes gemeinsam mit Kollegen aus Polen und Rumänien an einer Initiative zum Thema Betrugsbekämpfung im Schadenbereich. „Damit bin ich über nationale Grenzen hinweg in ein Projekt eingebunden, wobei wir lokale und gruppenweite Interessen vereinen können und letztlich immer das ‚Big Picture‘ im Auge haben“. Besonders bemerkenswert sind für ihn das dynamische Arbeitsumfeld im internationalen Team und das wertschätzende Miteinander. „In solchen Situationen erkennt man, dass man selbst mitverantwortlich für den Erfolg der Vienna Insurance Group als Konzern in seiner Gesamtheit ist.“

ihres Mobilitätsprogramms einige Zeit in Wien verbracht. „Seither ist es für mich nicht mehr etwas rein Theoretisches, Teil eines Konzerns zu sein“, beschreibt sie. „Diese Erfahrung hat es für mich tatsächlich spürbar gemacht.“

Zu den positiven Ergebnissen zählen für sie der Know-how-Transfer, das Kennenlernen von Schlüsselpersonen und von Prozessen und die Verbesserung von Zusammenarbeit und Kommunikation. Darüber hinaus möchte sie den Menschen, die sie im Rahmen des Mobilitätsprogramms kennengelernt hat, aber noch eine

Zu den positiven Ergebnissen zählen für sie der Know-how-Transfer, das Kennenlernen von Schlüsselpersonen und von Prozessen und die Verbesserung von Zusammenarbeit und Kommunikation. Darüber hinaus möchte sie den Menschen, die sie im Rahmen des Mobilitätsprogramms kennengelernt hat, aber noch eine

TRAINING & ENTWICKLUNG

Die Menschen machen den Unterschied

Die Vienna Insurance Group hat es zu einem ihrer Ziele gemacht, Employer of Choice zu sein und möchte dem Anspruch gerecht werden, ein attraktiver Arbeitgeber zu sein und so die Bestgeeigneten als Mitarbeiter zu gewinnen. Dafür werden zahlreiche unterschiedliche Maßnahmen gesetzt:

VIG-Kompetenzmodell

Als Versicherungskonzern, der Eigenverantwortung, Lösungsorientierung und Servicequalität zu den Kernkompetenzen seiner Mitarbeiter zählt, hat die VIG ein Kompetenzmodell entwickelt, das auf den gesamten Konzern umgelegt werden kann. In einem international agierenden Unternehmen schafft dies für Mitarbeiter und Führungskräfte zusätzliche Transparenz.

Performance Development Dialog

Unmittelbares und regelmäßiges Feedback nennen viele Arbeitnehmer als wichtiges Kriterium für ein motivierendes Arbeitsumfeld. Mittels des Performance Development Dialogs (PDD) wurde das Feedback-Gespräch zwischen Mitarbeiter und Führungskraft institutionalisiert. Es beinhaltet die jährlich vereinbarten Ziele, die persönlichen Kompetenzen sowie Entwicklungsziele und -maßnahmen. PDD wird schrittweise in allen Konzerngesellschaften des Konzerns implementiert.

VIG Corporate University

Im Rahmen ihrer Corporate University hat die VIG beispielsweise Schwerpunkte für Leadership, Strategie und Projektmanagement gesetzt. In Zusammenarbeit mit internationalen, renommierten Universitäten und Business Schools wurden für das Unternehmen maßgeschneiderte Programme entwickelt. Zum Beispiel wird, in Kooperation mit der Zeppelin Universität in Friedrichshafen (Deutschland), auf die Förderung von Nachwuchsführungskräften und jungen Talenten gesetzt. Das „International Management Development Program for High Potentials and Young Managers“ konzentriert sich auf Führung, Innovationsmanagement, Strategie und das Versicherungsgeschäft.

Technical Academies

In einem Versicherungskonzern sind neben einem zukunftsorientierten Management auch hochspezialisierte Experten der Versicherungstechnik entscheidend. Die Technical Academies der VIG bieten gruppenweite Ausbildungen unter anderem im Bereich Underwriting & Claims Handling, Business Process Management und Rückversicherung an. Ziel der Academies ist es, ein gemeinsames fachliches Verständnis aufzubauen, das berufliche Know-how zu verbessern sowie das Netzwerk in der Gruppe zu stärken.

BEST-RECRUITERS-GÜTESIEGEL

Seit 2014 darf sich das Recruiting der VIG Holding jährlich über das Zertifikat „Best Recruiters Österreich“ in Silber freuen.





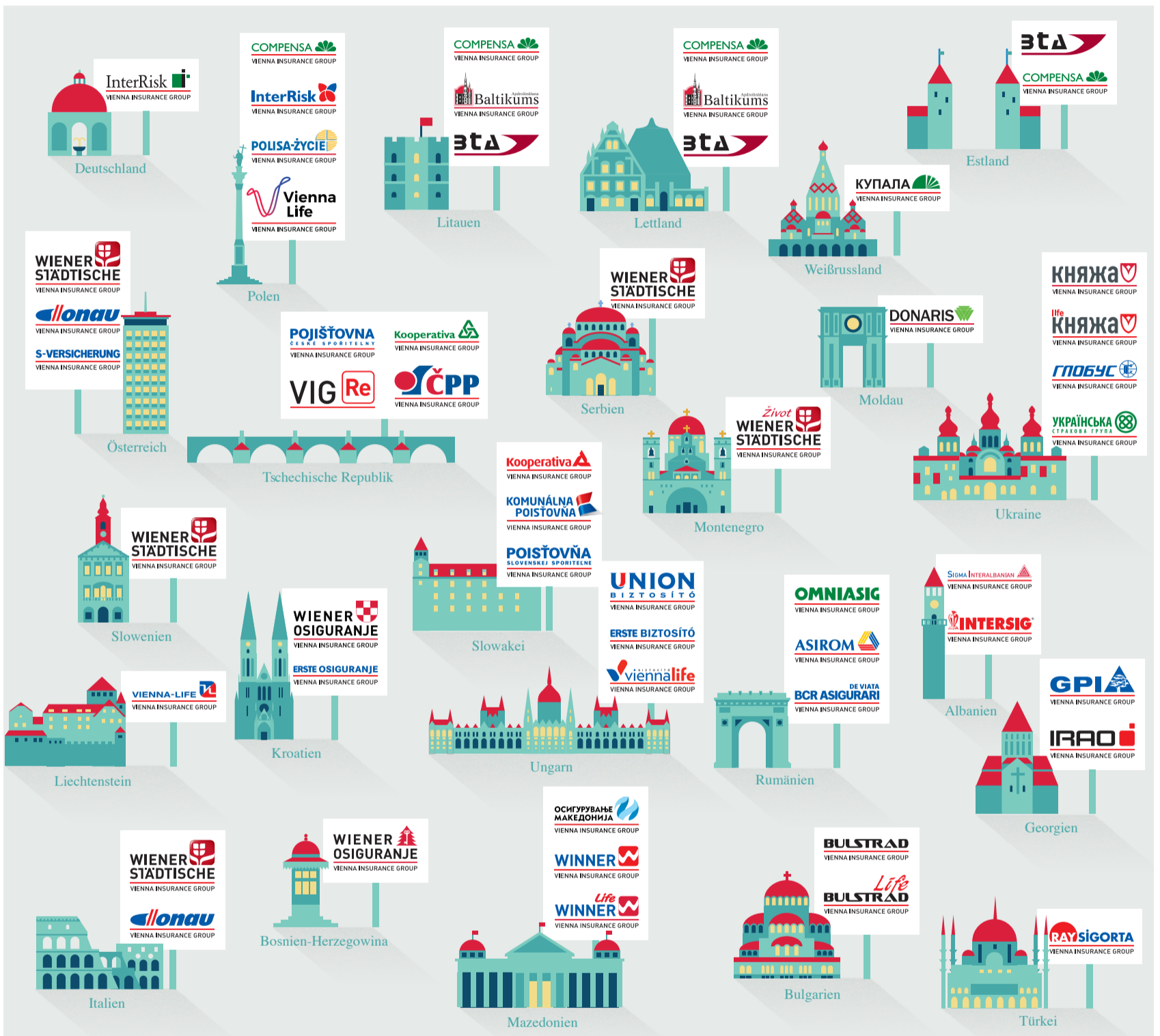
Mit uns kann man rechnen – in Österreich und Zentral- und Osteuropa

 Auf www.vig.com/GB2016 finden Sie eine Online-Version des Geschäftsberichts.

 Für iPad gibt es die IR-App der VIG unter www.vig.com/iPad.

Wachstum, Zukunftschancen und ein Markt von 180 Millionen potenziellen Kunden, all das stellt der Wirtschaftsraum Zentral- und Osteuropas für die Vienna Insurance Group dar. Mit ihren über 24.000 Mitarbeitern ist die VIG klarer Marktführer in ihren Märkten Österreich und

CEE. Das macht deutlich, wie viele Kunden bereits auf die Expertise und das Service einer unserer Konzerngesellschaften in 25 Ländern setzen. Diese Menschen wissen, dass sie mit uns rechnen dürfen, denn unser Kompass zeigt nach Osten.



Impressum

Herausgeber und Medieninhaber:
VIENNA INSURANCE GROUP AG
Wiener Versicherung Gruppe
Schottenring 30, 1010 Wien
Firmenbuch: 75687 f
Handelsregister Wien
DVR-Nummer: 0016705

Investor Relations
Mag. (FH) Nina Higtzberger-Schwarz
Tel.: +43 (0) 50 390-21920
E-Mail: nina.higtzberger@vig.com

Generalsekretariat
Mag. (FH) Sabine Stiller
Tel.: +43 (0) 50 390-21062
E-Mail: sabine.stiller@vig.com

Projektkoordination:
Mag. (FH) Sylvia Machherndl

Konzept, Art Direction und redaktionelle Unterstützung:
Mensalia Unternehmensberatung
Lektorat: Texterei, Mag. Dagmar Jenner
Druck: Gutenberg GmbH, Wiener Neustadt

HINWEISE Diese Beilage zum Konzernbericht enthält auch zukunftsbezogene Aussagen, die auf gegenwärtigen, nach bestem Wissen vorgenommenen Einschätzungen und Annahmen des Managements der VIENNA INSURANCE GROUP AG Wiener Versicherung Gruppe beruhen. Angaben unter Verwendung der Worte „Erwartung“ oder „Ziel“ oder ähnliche Formulierungen deuten auf solche zukunftsbezogene Aussagen hin. Die Prognosen, die sich auf die zukünftige Entwicklung des Unternehmens beziehen, stellen Einschätzungen dar, die auf Basis der zur Drucklegung des Geschäftsberichtes vorhandenen Informationen gemacht wurden. Sollten die den Prognosen zu Grunde liegenden

Annahmen nicht eintreffen oder Risiken in nicht kalkulierter Höhe eintreten, so können die tatsächlichen Ergebnisse von den Prognosen abweichen. Bei der Summierung von gerundeten Beträgen und Prozentangaben können rundungsbedingte Rechendifferenzen auftreten. Die Beilage zum Konzernbericht wurde mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt, um die Richtigkeit und Vollständigkeit der Angaben in allen Teilen sicherzustellen. Rundungs-, Satz- und Druckfehler können dennoch nicht ganz ausgeschlossen werden. Unser Ziel war es, die Beilage zum Konzernbericht möglichst leicht und flüssig lesbar zu halten. Deswegen wurde in den meisten Fällen auf Schreibweisen wie „KundInnen“, „MitarbeiterInnen“ usw. verzichtet. Selbstverständlich sind in den Texten immer Frauen und Männer, ohne jegliche Diskriminierung, gleichwertig gemeint.

Anschrift: VIENNA INSURANCE GROUP AG
Wiener Versicherung Gruppe,
Schottenring 30, 1010 Wien
Telefon: +43 (0) 50 390-22000

Internetseite – Online-Bericht
Diese Zeitung und auch der Konzernbericht 2016 stehen Ihnen in deutscher und englischer Sprache zur Verfügung und können in beiden Sprachen auch als PDF-Datei von unserer Internetseite (www.vig.com) unter Investor Relations heruntergeladen werden.

Weiterführende Informationen im VIG-Konzernbericht 2016

