

NUMMER SICHER

VIENNA INSURANCE GROUP BEILAGE ZUM KONZERNBERICHT 2015

55%

CEE-Anteil am Gewinn vor Steuern

Gewinn vor Steuern bei EUR 172,1 Mio.

Das historisch niedrige Zinsniveau, die IT-Wertberichtigung sowie weitere Impairments auf immaterielle Vermögensgegenstände in Rumänien und Polen belasteten das Ergebnis.

Combined Ratio 97,3%

Infolge des soliden technischen Ergebnisses liegt diese weiterhin deutlich unter der 100%-Marke.

EUR 9,0 Mrd. Prämien

Stabile Entwicklung trotz Einschnitten bei den Einmalermägen in der Lebensversicherung.



FOTOS: SEBASTIAN BRUCH, WIENER SÜDTIROLISCHE VERSICHERUNGSGESAMTHEIT; ROBERT NEUPOLD, SHUTTERSTOCK.COM (4); ILLUSTRATION: FRANK WÄRNER

Verändern und bewahren im Gleichgewicht

Das neue Vorstandsteam hält an der bewährten Strategie des Unternehmens fest.

Dem Grunde nach sind Kontinuität und Veränderung Widersprüche. Wenn der Erfolg eines Unternehmens allerdings auf einer langjährig bewährten Strategie basiert, besteht keine Notwendigkeit, aus einem personellen Wechsel auch eine neue Ausrichtung abzuleiten (Seite 7).

Entsprechend hält die neue Generaldirektorin der Vienna Insurance Group (VIG), Elisabeth Stadler, gemeinsam mit ihrem Vorstandsteam, das Unternehmen auf Kurs: „Es besteht absolut kein Grund, von unserer Strategie abzuweichen. Unser Fokus auf Österreich und die Region Zentral- und Osteuropa (CEE) hat uns zum Marktführer in unseren Kernmärkten gemacht.“ Mit ihrer Ernennung zur Generaldirektorin der VIG wurde Elisabeth Stadler zur ersten Frau, die an der Spitze eines im ATX gelisteten Unternehmens steht. Für sie ist diese beinahe historische Tatsache allerdings nur eine Randnotiz. Viel wichtiger ist ihr, gemeinsam mit ihren Kolleginnen und Kollegen aller Konzerngesellschaften den Erfolg der VIG auch in Zukunft zu sichern.

Dabei kann die Vienna Insurance Group auf ein starkes Fundament auf-

bauen, mit ihren rund 50 Konzerngesellschaften in mittlerweile 25 Märkten, die ein beachtliches Wachstumspotenzial besitzen. Die Märkte Zentral- und Osteuropas entwickeln sich wesentlich dynamischer als jene des Westens und die Durchdringung mit Versicherungsprodukten liegt bei etwa einem Zehntel des österreichischen Niveaus. In den letzten 25 Jahren konnte der Konzern dieses Potenzial erfolgreich nutzen und sich als der CEE-Versicherer etablieren (Seite 2).

Der Konzern kann somit aus einer Top-Position heraus agieren. Darauf ausruhen will und wird er sich allerdings nicht. Die VIG beschäftigt sich intensiv mit Zukunftstrends, Produktentwicklung und nutzt die Chancen des digitalen Wandels (Seite 18). Denn auch hier dürfen Kontinuität und Veränderung keine Widersprüche sein. Im Gegenteil: eine Anpassung an künftige Bedürfnisse ihrer Kunden sichert die Erfolgsgeschichte der VIG.

HIGHLIGHTS

Im Gespräch

Der Vorstand zum Geschäftsverlauf 2015, zur Strategie und warum er weiterhin vom Potenzial der CEE-Region überzeugt ist. **Seite 4**

Viel Neues aus CEE

Aus CEE kommen nicht nur rund 50% der Prämien, sondern auch viele gute Nachrichten. Mehr über die Highlights aus den Konzerngesellschaften auf **Seite 8**

Solvency II

Das Regelwerk stellt das Risikomanagement der Branche auf neue Beine. Die intensiven Vorarbeiten wurden per Jahresende, mit der Genehmigung des partiellen internen Modells, erfolgreich abgeschlossen. **Seite 12**

AKTUELL

Konzernbericht 2015

Zahlen, Fakten, Daten. Alles Wissenswerte zum Geschäftsjahr 2015.



TOP-RATING FÜR DIE VIG

Ein gutes Rating ist Ausdruck einer starken Bonität. Was die VIG zum bestgerateten Unternehmen im ATX macht, lesen Sie auf **Seite 14**

Zinsen im Keller

Anhaltendes Niedrigzinsniveau. Wir durchleben aktuell eine Phase von historisch niedrigen Geld- und Kapitalmarktzinsen. Positive Renditen bei vertretbarem Risiko zu erwirtschaften ist eine große Herausforderung. Weshalb die VIG dennoch an garantierten Zinsen für Lebensversicherungen festhält, lesen Sie auf **Seite 11**

VIG an der Börse

Chancen und Risiken. Die Aktie der VIG hat im abgelaufenen Jahr an Wert verloren. Trotz solidem und ertragreichem Fundament, klarer Strategie und ausreichender Kapitalisierung. Resultat einer Abfolge von unterschiedlichen Ereignissen. **Seite 14**

Verantwortungsvolles Unternehmen

Bunt, motiviert und sozial engagiert. Verantwortung zu übernehmen ist Teil der Unternehmenskultur der VIG, nach innen wie nach außen. Soziales Engagement und Förderung der eigenen Mitarbeiter – das sind zwei unserer Seiten. **Seite 16**



VIENNA INSURANCE GROUP
Wiener Versicherung Gruppe

INHALT

25 Jahre, 25 Länder	2
Der Vorstand im Gespräch	4
Strategie	7
Highlights aus den Märkten	8
Niedrigzinsumfeld.....	10
Risikomanagement.....	12
VIG am Kapitalmarkt	14
Corporate Social Responsibility ...	16
Employer of Choice	17
Zukunftstrends	18
VIG auf einen Blick	20

CEE: ein Potenzial, das es zu nutzen gilt

Weiteres Wachstum inklusive

**EINE LANGE
ERFOLGSGESCHICHTE**



Die Wurzeln der VIG gehen bis ins Jahr **1824** zurück. Damals wurde die älteste der drei Gesellschaften, aus der die heutige Wiener Städtische hervorgegangen ist, in Österreich gegründet.

Die Konzernzentrale befindet sich seit 60 Jahren im Wiener Ringturm, welcher als erstes Bürohochhaus Österreichs im Jahr **1955** eröffnet wurde. In den folgenden dreißig Jahren etablierte sich das Unternehmen am österreichischen Markt und wagte schließlich im Jahr **1990** den ersten Expansionsschritt nach CEE: Nur ein Jahr nach dem Fall des Eisernen Vorhangs beteiligte sich die Wiener Städtische an der Gründung der Kooperativa in der damaligen Tschechoslowakei.

Im Jahr **1994** ging das Unternehmen an die Wiener Börse. Seit dem Jahr 2008 wird die VIG-Aktie auch an der Prager Börse gehandelt. Anfang des Jahres **2006** wurde die Dachmarke Vienna Insurance Group eingeführt. Im Jahr **2008** erfolgten die Gründung der konzernerigenen Rückversicherungsgesellschaft VIG Re mit Sitz in Prag und der Abschluss der strategischen Partnerschaft zwischen der Erste Group und der VIG. Im Jahr **2010** wurde schließlich das operative Geschäft der Wiener Städtischen in Österreich von den internationalen Tätigkeiten der Holding getrennt. Die börsennotierte Konzernholding trägt seitdem den Namen VIENNA INSURANCE GROUP AG Wiener Versicherung Gruppe und übernimmt die Steuerung des Konzerns auf partnerschaftlicher Basis mit den Konzerngesellschaften.

Mit dem Markteintritt in Moldawien im Jahr **2014** konnte der letzte weiße Fleck auf der CEE-Landkarte erschlossen werden. Der Konzern ist nun in 25 Ländern, in Österreich sowie Zentral- und Osteuropa mit rund 50 Konzerngesellschaften aktiv. Die VIG kann stolz auf eine 190-jährige Geschichte zurückblicken, in der sich das Unternehmen von einem erfolgreichen lokalen Versicherer zu einem führenden internationalen Versicherungskonzern entwickelt hat.

Seit 25 Jahren versichert die Vienna Insurance Group Zentral- und Osteuropa. Mit überdurchschnittlichem Wachstum und enormen Marktpotenzialen ist die Region ein integraler Bestandteil des Konzernerfolgs.

Als in den Jahren 1989 und 1990 die bisherigen kommunistischen Regierungen in Zentral- und Osteuropa von ihrer eigenen Bevölkerung entmachteten wurden, war die Euphorie in Ost und West groß. Was damals niemand für möglich gehalten hatte, war passiert: Der Eisernen Vorhang war gefallen. Es waren vor allem auch österreichische Unternehmen, die die Chance dieses Umbruchs erkannten und den Mut aufbrachten, in diese neuen Märkte zu investieren. Somit wurde Österreich innerhalb kürzester Zeit zum wichtigsten Investor in der aufstrebenden Region. Mittendrin die Wiener Städtische, aus der, durch die erfolgreiche Expansion der folgenden Jahre, der internationale Konzern Vienna Insurance Group hervorging. Mitte der 2000er-Jahre erreichte die Expansion ihren Höhepunkt. Mit der

größten Kapitalerhöhung, die damals je von einer österreichischen Versicherung durchgeführt worden war, stattete sich der Konzern mit den notwendigen Mitteln für den weiteren Expansionskurs in CEE aus.

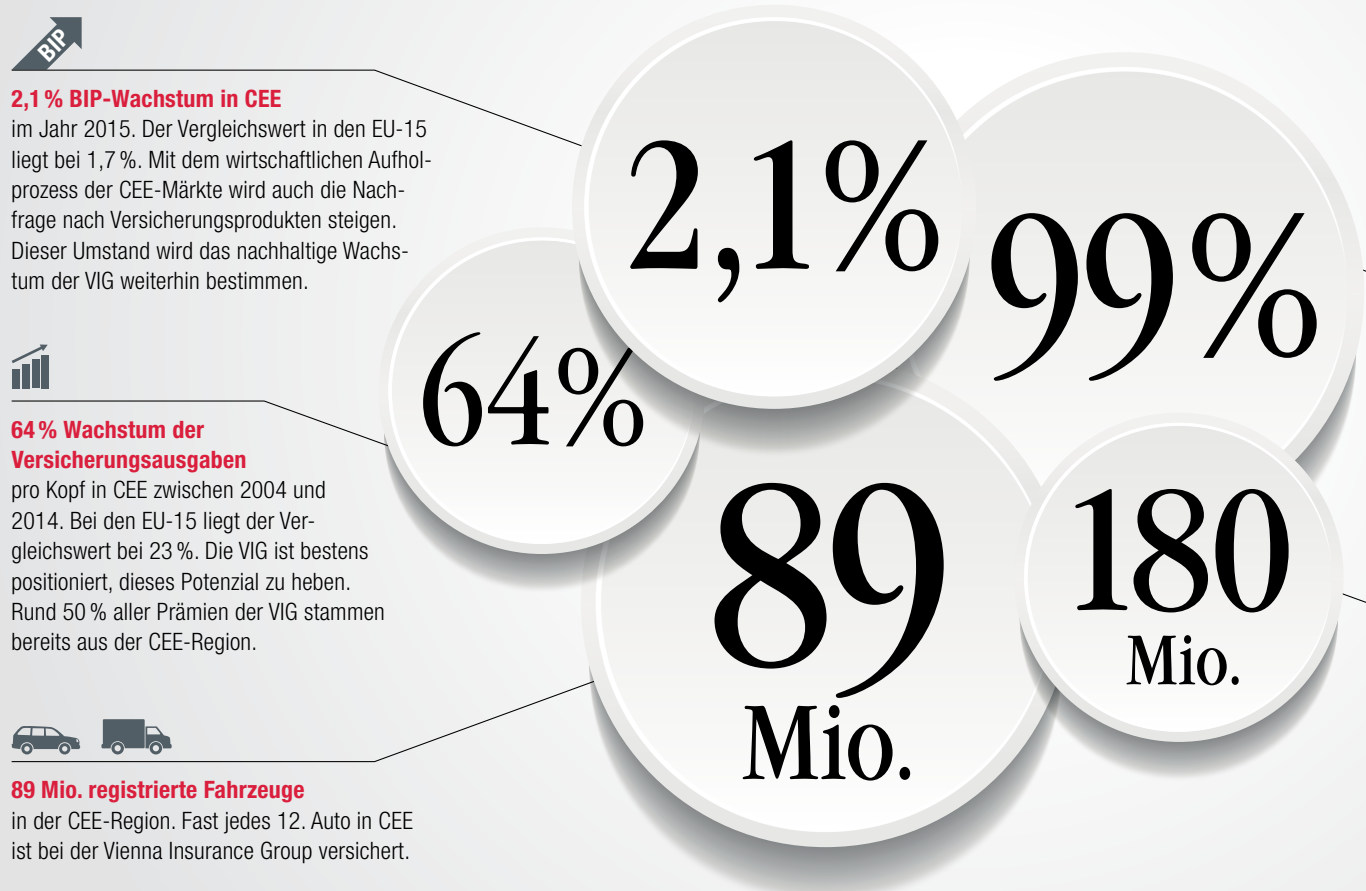
An der Strategie festgehalten. Die im Jahr 2007 von den USA ausgehende Finanz- und Wirtschaftskrise dämpfte allerdings die Aufbruchstimmung der ersten Jahre. Viele Analysten, Ökonomen und Ratingagenturen prognostizierten eine düstere Zukunft, auch für Österreich, das durch seine Investitionen mittlerweile auf das Engste mit der Region verknüpft war. Es hieß, die Verflechtungen mit den CEE-Märkten, vor allem im Bereich Banken und Finanzwirtschaft, würden die Alpenrepublik in den Abgrund ziehen. Und so wurde vielerorts der Schluss ge-

zogen, dass sich heimische Unternehmen geordnet aus ihren Ostengagements zurückziehen sollten. Für die VIG, als fest in CEE verankertes Unternehmen, stellte sich diese Frage allerdings nie. Trotz Unkenrufen wurde an der Strategie festgehalten und die Zahlen und Fakten geben ihr Recht. Denn während sich Westeuropa nach wie vor im wirtschaftlichen Tiefschlaf befindet, ist in CEE ein Aufschwung zu verzeichnen.

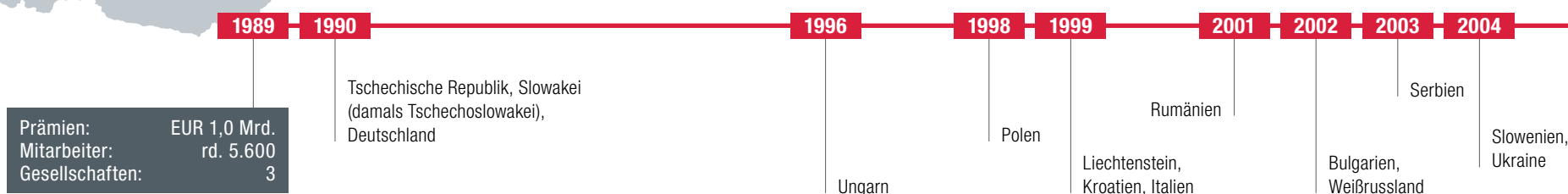
CEE hat die Nase vorn. Es tut sich wieder eine deutliche Schere auf zwischen Ost und West, diesmal jedoch in die andere Richtung. Die Volkswirtschaften Zentral- und Osteuropas sind 2015 deutlich stärker gewachsen als jene Österreichs. Eine Entwicklung, die sich fortsetzen und verstärken wird. Es sind vor allem die Länder

TOP POSITIONIERT IN EINEM AUFSTREBENDEN MARKT

CEE macht's möglich. Die VIG schöpft aus einem enormen Geschäfts- und Wachstumspotenzial, das noch viele Jahre Bestand haben wird.



25 JAHRE ERFOLGREICH IN CEE



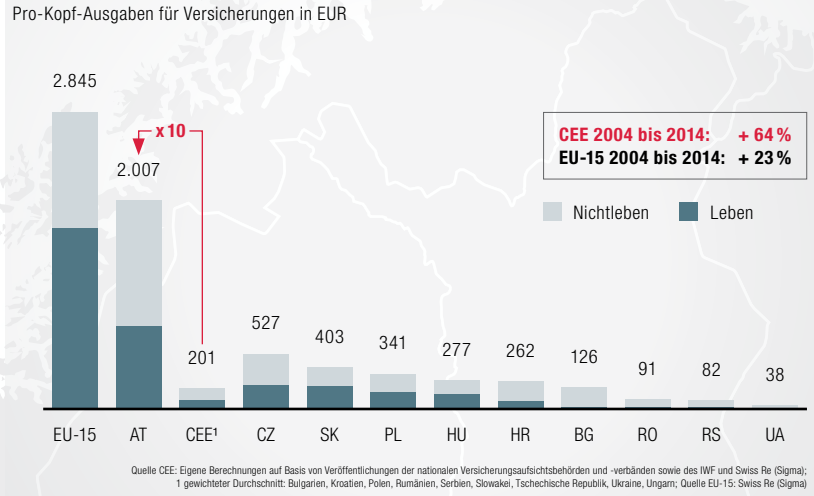
von Polen bis Rumänien, die durch hohe Wachstumsraten, steigende Beschäftigung und Überschüsse in der Leistungsbilanz positiv auffallen. Berechnungen des Internationalen Währungsfonds zufolge wird die Region CEE im Jahr 2016 ein um 1,2%-Punkte höheres Wirtschaftswachstum aufweisen als Österreich. Bis 2020 soll dieser Unterschied sogar auf 2,2%-Punkte anwachsen. Das polnische Wirtschaftswachstum betrug im Jahr 2015 3,5%, jenes Sloweniens 2,3%. Das sind Zuwächse, von denen der westliche Teil des Kontinents nur träumen kann. Italien und Österreich schafften 0,8% und selbst Deutschland liegt bei nur 1,5%. Darüber hinaus haben die CEE-Länder einen massiven Vorteil gegenüber den westlichen Ländern, weil sie aufgrund ihrer vergleichsweise niedrigen Staatsverschuldungen deutlich mehr Handlungsspielraum haben. CEE ist nach wie vor der Wachstumsmotor für Österreich und insbesondere für all jene Unternehmen, die vor Ort stark verankert sind.

Wachstumspotenzial auf mehreren Ebenen. Für die Vienna Insurance Group hat sich diese mutige strategische Entscheidung gelohnt. In ihren Kernmärkten ist sie, mit einem Marktanteil von über 18%, deutlicher Marktführer. Rund die Hälfte

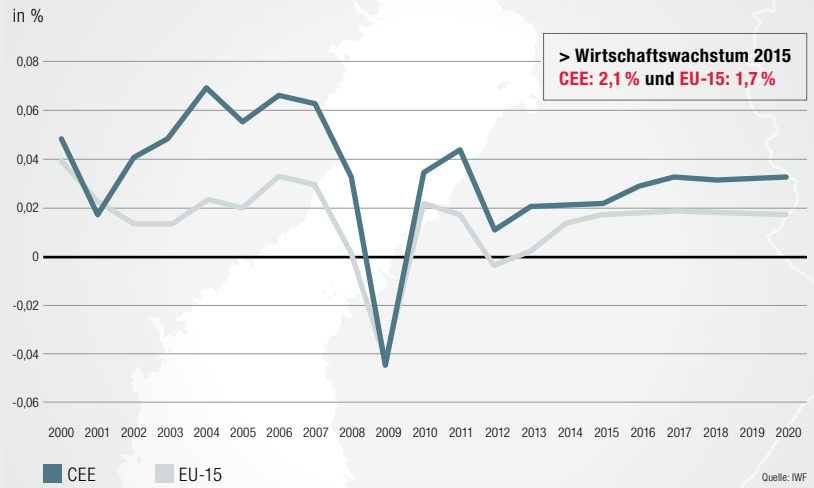
aller Prämien und deutlich mehr als 50% des Gewinns stammen heute aus CEE. Die wirtschaftliche Dynamik der CEE-Region und die positiven Wachstumsaussichten der dort investierten Unternehmen eröffnen enorme Möglichkeiten. Veranschaulicht am Beispiel der Versicherungsbranche kann gezeigt werden, dass die Sättigung in CEE, gemessen an den Pro-Kopf-Ausgaben für Versicherungen, bei etwa einem Zehntel des österreichischen Niveaus liegt. Dazu ist zu ergänzen, dass auch Österreich nur etwa 70% des Niveaus aller „alten“ EU-15 Staaten erreicht. Mit zunehmendem Wohlstand steigt der Bedarf nach Versicherungen und das in einer Region mit 180 Millionen potenziellen Kunden. Die eingeschlagene CEE-Strategie resultiert für die VIG also in einem enormen Wachstumspotenzial und zwar auf einer mehr als soliden Ausgangsbasis. Der Konzern ist heute in 25 Ländern mit rund 50 Gesellschaften tätig. Dabei konzentriert er sich nicht auf die „üblichen Verdächtigen“ aus der Region: Polen, Tschechien, Slowakei, Ungarn. Die VIG ist mittlerweile flächendeckend präsent. Im Jahr 2014 wurde mit Moldawien der letzte weiße Fleck auf der CEE-Landkarte erschlossen.

Diversifikation des Risikos. Das bringt große Vorteile hinsichtlich der Diversifikation des Risikos. Wenn einige Märkte nicht so gut laufen, wird das durch andere, sich erfreulich entwickelnde Länder kompensiert. Innerhalb der VIG wird diese Logik noch zusätzlich mit dem Modell der Wachstumsphasen verstärkt. Dieses basiert auf der Tatsache, dass sich in den einzelnen Ländern dynamische und ruhigere Phasen abwechseln. In Wachstumsphasen wird die volle Stärke aller Vertriebskanäle genutzt, in Ruhephasen stehen die Forcierung margenreicher Geschäftsfelder und die Kontrolle der Kostensituation im Vordergrund. Wenn die Prognosen der Wirtschaftsforscher zutreffen, dann scheint es allerdings so zu sein, dass wir – die Vienna Insurance Group – uns in den nächsten Jahren mit sehr viel mehr „Wachstum“ als „Ruhe“ beschäftigen müssen. Kein Wunder, die Dynamik ist zurück in CEE und davon profitieren werden nicht zuletzt jene Unternehmen, die den Glauben an die Region nie verloren haben.

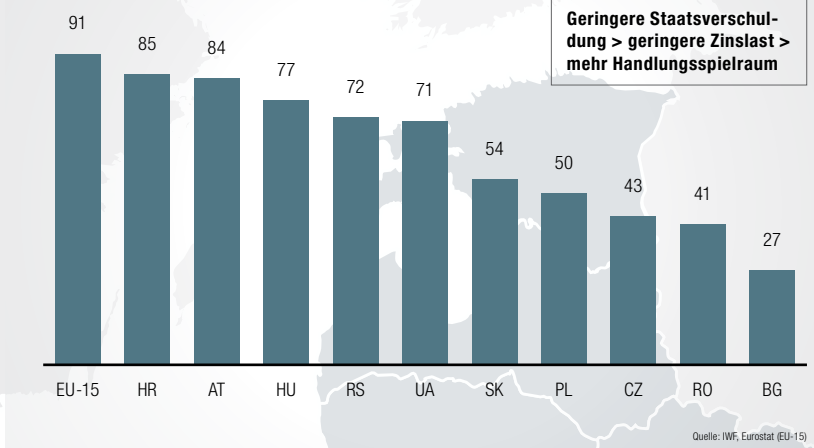
ENTWICKLUNG DER VERSICHERUNGSDICHTE EU-15 UND CEE



PROGNOSE WIRTSCHAFTSWACHSTUM CEE VS. EU-15



VERGLEICH STAATSVerschULDUNG EU-15 UND VIG-KERNMÄRKTE in % des BIP (2014)



DEUTLICHES POTENZIAL

Der Erfolg der VIG fußt auf einer Top-Position in CEE. Eine Region mit 180 Millionen potenziellen Kunden, in der der Konzern seit 25 Jahren und mittlerweile flächendeckend präsent ist. Die dortigen Volkswirtschaften wachsen deutlich schneller als jene im Westen und der Versicherungsbedarf der Bevölkerung steigt mit zunehmendem Wohlstand.



99% aller Unternehmen in CEE sind Klein- und Mittelbetriebe

Die VIG-Konzerngesellschaften adressieren dieses Potenzial erfolgreich mit maßgeschneiderten Versicherungsprodukten.



180 Mio. potenzielle Kunden in der CEE-Region

Durch unsere Mehrmarkenstrategie, das lokale Unternehmertum und den Multikanalvertrieb stellen wir sicher, die Wünsche unserer Kunden zu kennen.

2005 2007 2008 2010 2011 2014 2015

Georgien
Albanien, Mazedonien, Türkei
Estland, Lettland, Litauen
Montenegro
Bosnien-Herzegowina

Prämien: EUR 9,0 Mrd.
Mitarbeiter: rd. 23.000
Gesellschaften: rd. 50



Einfach gut dastehen, dank CEE.

Der Vorstand der VIG im Gespräch über das Jahr 2015 und die Herausforderungen der Zukunft.

Mit Jahresanfang haben Sie den größten Versicherungskonzern in Österreich und CEE übernommen. Starten Sie mit einer großen Strategieänderung?

Stadler: Nein, warum Bewährtes ändern. Die VIG ist mit einem Marktanteil von über 18 % die Nummer 1 in ihren Kernmärkten und sowohl innerhalb als auch außerhalb Österreichs gut positioniert. An der strategischen Ausrichtung sowie der Dividendenpolitik, im Rahmen derer zumindest 30 % des Nettogewinns ausgeschüttet werden, halten wir somit weiter fest. Jedoch wollen wir als neues Vorstandsteam verstärkt Wachstumschancen nutzen und das Profil der VIG schärfen.

Ich möchte aber gleich zu Beginn betonen, dass wir uns als Versicherung unserer hohen gesellschaftlichen Verantwortung bewusst sind. Diese wollen wir auch künftig entsprechend wahrnehmen. Bei uns

steht der Mensch im Mittelpunkt, denn wir bieten ihm Schutz gegen Risiken des Lebens und vor den hohen Kosten, die dadurch entstehen. Das ist gesellschaftspolitisch eine sehr schöne Aufgabe. Die VIG geht noch einen Schritt weiter: Für sein soziales Engagement ist der Konzern in all seinen Ländern bekannt.

Welche Rolle nimmt dabei die VIG als Arbeitgeber ein?

Stadler: Gerade in Zeiten wie diesen, wo wir hören, dass Filialen in verschiedensten Branchen geschlossen werden, Unternehmen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kündigen müssen, ist es mir wichtig, dass die VIG als sicherer Arbeitgeber gilt. Unsere rund 23.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind das Herzstück unseres Erfolgs. Sie sollen stolz darauf sein, bei einem großen Unternehmen, das sehr stabil in der Entwicklung ist, zu arbeiten. Wir sehen es auch als unsere Aufgabe, die Talente und Fähigkeiten unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu fördern. Zudem unterstützen wir den kulturellen und fachlichen Austausch über Landesgrenzen hinweg.

„Wir halten an der bewährten strategischen Ausrichtung fest.“

Elisabeth Stadler

Kommen wir zum Jahr 2015. Ein Jahr, in dem die ökonomischen Rahmenbedingungen wieder sehr herausfordernd waren. Wie entwickelte sich das Prämienvolumen der VIG vor diesem Hintergrund?

Simhandl: Wir haben 2015 eine Aufhellung der gesamtwirtschaftlichen Situation gesehen, vor allem in einigen CEE-Ländern wurden sehr gute Wachstumsraten verzeichnet. Parallel dazu gab es einen stark rückläufigen Ölpreis, eine sehr niedrige Inflationsrate und damit gekoppelt die Entscheidung der europäischen Zentralbank, über ein „quantitative easing“ eine sehr starke Einflussnahme in eine Niedrigzinspolitik zu starten. Die anhaltende Niedrigzinsphase wirkte sich negativ auf unsere Prämienentwicklung im Bereich der Einmalerläge in der Lebensversicherung aus. Bereinigt um diese Einmalerläge konnten wir jedoch ein schönes Prämienplus von 2,2 % erzielen. In diesem Marktumfeld ist das in Summe eine sehr herzeigbare Entwicklung. In Zahlen heißt das: Die verrechneten Konzernprämien beliefen sich im Jahr 2015 insgesamt auf EUR 9,0 Mrd. Die Schaden- und Unfallversicherung wuchs um 0,8 %, die Krankenversicherung um 3,0 % und in

der Lebensversicherung wurde bei den laufenden Prämien ein Plus von 4,9 % verzeichnet.

Werfen wir einen Blick auf die Märkte im Detail ...

Simhandl: In Österreich, nach wie vor unser größter Einzelmarkt, konnten wir das Prämienvolumen mit rund EUR 4,1 Mrd. im Vergleich zum Vorjahr stabil halten. In der Tschechischen Republik sind die Einmalerläge in der Lebensversicherung aufgrund des niedrigen Zinsniveaus zurückgegangen, was schlussendlich auch zu den sinkenden Prämien führte. In der Slowakei haben wir eine solide Entwicklung gesehen. Der Rückgang im polnischen Lebensversicherungsgeschäft war der Konzentration auf profitables Geschäft im Bereich der Einmalerläge geschuldet. Darüber hinaus gab es in Polen einen sehr harten Wettbewerb in der Kfz-Haftpflicht-Versicherung. Das hat Spuren in der Prämienentwicklung hinterlassen. In Rumänien ist die VIG weiter auf Kurs – alle Geschäftsbereiche verzeichneten zweistellige Wachstumsraten. Wie immer erfreulich haben sich unsere Übrigen Märkte mit einem Prämienplus von 12,0 % entwickelt. Von den CEE-Ländern konnten vor allem das Balti-



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

FOTO: AN EINH. ILLUSTRATION: FRANK MEIER

kum, Bulgarien, Serbien, die Türkei sowie Ungarn ein beachtliches Wachstum erzielen.

Das Zinsumfeld beeinflusst auch die Produktgestaltung, Stichwort Lebensversicherung mit Garantiezinssatz. Halten Sie weiterhin daran fest?

Fuchs: Ja. Das ist ein ganz wichtiges Alleinstellungsmerkmal der Versicherung. Mit der Kombination Garantiezins plus lange Laufzeit können wir den Bedürfnissen unserer Kunden im Bereich Risikoabdeckung bestmöglich gerecht werden. Wir sehen langfristig einen Bedarf nach lebenslangen Renten. Das ist ein Effekt der Veränderung der Pensionssysteme in den Ländern. Abgesehen davon legen wir im Bereich der Lebensversicherung einen Fokus auf Risikoversicherungen sowie fonds- und indexgebundene Produkte.

Wie wirkte sich das Niedrigzinsumfeld auf das Ergebnis aus?

Simhandl: Der Rückgang des ordentlichen Finanzergebnisses ist maßgeblich auf das anhaltend niedrige Zinsniveau, das auch die Erhöhung der Personalrückstellungen in Österreich erforderlich machte, zurückzuführen. Das Ergebnis wurde heuer jedoch von weiteren einmaligen Sondereffekten belastet. Angefangen bei der IT-Wertberichtigung in Höhe von EUR 195,0 Mio. bis hin zu weiteren

Impairments auf Vermögensgegenstände in Rumänien und Polen. Demzufolge beträgt der Konzerngewinn vor Steuern für das Jahr 2015 EUR 172,1 Mio.

Was bedeutet das auf der Kostenseite?

Simhandl: Permanentes Kostenbewusstsein ist immer ein Thema in der VIG. Das hat uns bisher vor größeren Kosteneinsparungsprogrammen verschont. Das

bestätigt auch die Combined Ratio, die mit 97,3% deutlich unter der 100 %-Marke liegt.

Franz Fuchs

„Wir stehen zur Garantieverzinsung in der Lebensversicherung.“

Das hat uns bisher vor größeren Kosteneinsparungsprogrammen verschont. Das bestätigt auch die Combined Ratio, die mit 97,3% deutlich unter der 100 %-Marke liegt.

Warum war eine Wertberichtigung der IT-Systeme notwendig?

Gröll: In den letzten Jahren gab es drei wesentliche Veränderungen: Erstens ist der Versicherungsmarkt deutlich schneller geworden. Die Zeiten sind vorbei, in denen ein Produkt entwickelt und dann die nächsten fünf Jahre verkauft wird. Der zweite Punkt betrifft die geänderten rechtlichen Rahmenbedingungen. Solvency II verlangt noch mehr Daten als in der Vergangenheit. Auch Offenlegungs- und Transparenzpflichten führen zu deutlich höheren Anforderungen an IT-Systeme. Drittens ist der technologische Wandel zu berücksichtigen. Wir evaluieren laufend die technische Nutzbarkeit unserer bestehenden Systemlandschaft. Unsere Untersuchungen haben gezeigt, dass in Teilbereichen Anpassungen notwendig sind, in denen

die IT die Anforderungen nicht mehr zur Gänze erfüllt. Daher haben wir uns entschlossen, EUR 195,0 Mio. in diesem Bereich abzuschreiben.

Wie werden Sie im Bereich IT weiter vorgehen?

Gröll: Es hat sich gezeigt, dass angesichts der Schnellebigkeit und Unterschiedlichkeit der Märkte die Idee einer einheitlichen EDV-Landschaft über alle Unternehmensbereiche, Länder und Sprachen hinweg kein gangbarer Weg ist. In Teilbereichen sind übergreifende Lösungen natürlich sinnvoll. Im Finanzbereich gibt es etwa übergreifende Systeme, sowohl was die Buchhaltung als auch die Verwaltung der Assets anbelangt. Wir haben aber deutlich gesehen, dass in der Versicherungs-Bestandsverwaltung die Anforderungen zwischen den einzelnen Gesellschaften sehr unterschiedlich sind. Künftig werden EDV-Entwicklungen in den jeweiligen Märkten entsprechend vorgenommen.

Ein kurzes Statement zur Performance des Aktienkurses ...

Stadler: Mit dem deutlichen Kursrückgang der VIG-Aktie auf unter EUR 20 können wir schlichtweg nicht zufrieden sein. Die Auswirkungen des Niedrigzinsumfeldes, die Sondereffekte 2015 und nicht zuletzt auch der doch überraschende Managementwechsel an der Spitze haben Investoren und Analysten verunsichert. Wir werden alles daran setzen, sukzessive das Vertrauen des

Marktes zurückzugewinnen und bestmöglich über den Konzern, seine Chancen und etwaige Risiken kontinuierlich informieren.

Die VIG hat vor mittlerweile 25 Jahren den Schritt nach Zentral- und Osteuropa gewagt. Wie zufrieden sind Sie heute mit Ihrer Positionierung in diesen Märkten?

Fuchs: Rund die Hälfte unserer Prämieinnahmen und deutlich mehr als 50% des Gewinns kommen aus CEE. Wir können mit unserer Positionierung also sehr zufrieden sein, und nachdem die Strategie aufgeht, werden wir – wie anfangs erwähnt – auch in Zukunft daran festhalten. Nicht zuletzt wird für CEE ein deutlich besseres Wachstum prognostiziert als für die gesättigten Märkte Westeuropas. Mit Geschäftsergebnissen sollte man jedoch nie zufrieden sein. Die VIG will sich stetig verbessern, auch wenn das aktuelle Umfeld schwierig ist und nicht beeinflusst werden kann.

Stadler: Man könnte es auch anders ausdrücken: Wir haben durchaus noch Appetit auf mehr! In CEE haben wir Märkte mit zweistelligem Wachstum. Die Durchdringung mit Versicherungen liegt dort teilweise bei einem Zehntel des westlichen Niveaus. Daraus und aus dem höheren Wirtschaftswachstum ergibt sich das große Potenzial. Aus diesem Grund werden wir in den kommenden Monaten die Märkte vom Baltischen bis zum Schwarzen Meer auf weitere Wachstumspotenziale prüfen. In

DIE 3 NEUEN

Neu im Vorstand, aber schon Jahre im Team

Seit Jahresbeginn 2016 finden sich drei neue Gesichter im Vorstand der VIG. Alle drei waren auch schon bisher in unterschiedlichen Managementfunktionen für den Konzern tätig.



Elisabeth Stadler

Elisabeth Stadler ist die neue Generaldirektorin der VIG und seit 1. Jänner 2016 gleichzeitig auch die erste Frau an der Spitze eines ATX-Konzerns. Seit 2003 bekleidet die studierte Versicherungsmathematikerin Vorstandspositionen in Versicherungsunternehmen. Im September 2014 übernahm sie die Position der Generaldirektorin der Donau Versicherung. Im selben Jahr wurde ihr von Bundesministerin Gabriele Heinisch-Hosek für Verdienste im Bereich der Erwachsenenbildung der Berufstitel Professorin verliehen. Elisabeth Stadler kommt aus Langenlois im niederösterreichischen Kamptal.



Judit Havasi

Judit Havasi ist seit dem Jahr 2000 im Konzern tätig. Erste Station dabei war die UNION Biztosító in ihrer ungarischen Heimat, wo sie ab dem Jahr 2003 als Leiterin der Innenrevision tätig war. Vor ihrer Berufung in den Vorstand der Wiener Städtischen im Jahr 2009 gehörte Judit Havasi dem Vorstandsausschuss Wiener Städtische Österreich in der Vienna Insurance Group an und war Vorstandsmitglied der UNION Biztosító in Ungarn. Von Juli 2013 bis Ende des Jahres 2015 war sie Generaldirektor-Stellvertreterin der Wiener Städtischen und darüber hinaus ab dem Jahr 2011 auch Stellvertreterin für den Vorstand der Vienna Insurance Group. Seit Jahresbeginn 2016 ist die Juristin Mitglied des Vorstands der Vienna Insurance Group.



Roland Gröll

Roland Gröll studierte an der Wirtschaftsuniversität Wien und trat im Jahr 1994 in die Wiener Städtische im Bereich Finanz- und Rechnungswesen ein. Im Jahr 2003 übernahm Roland Gröll die stellvertretende Leitung des Finanz- und Rechnungswesens, das er seit dem Jahr 2008 für den Konzern bis Ende des Jahres 2015 leitete. Zudem war Roland Gröll zwei Jahre lang Mitglied des Vorstandes der Donau Versicherung. Seit Jänner 2016 ist der Betriebswirt Mitglied des Vorstands der Vienna Insurance Group.

Kroatien, Serbien, Ungarn und Polen streben wir mittelfristig eine Steigerung des Marktanteils auf mindestens 10 % an. Wenn wirtschaftlich sinnvoll und möglich, schließen wir weitere Zukäufe nicht aus – vor allem dann, wenn diese kosteneffizienter sind, als eine Gesellschaft selbst zu gründen und aufzubauen.

Entwickeln sich alle CEE-Märkte gleich zufriedenstellend?

Höfinger: Wir sind mittlerweile in 25 Ländern präsent und damit entsprechend diversifiziert. Manche Märkte wachsen schneller, manche langsamer, aber innerhalb des Konzerns können wir das ausgleichen. Hinzu kommt unser dezentraler Managementansatz. Damit können die Konzerngesellschaften individuell pro Land die adäquate Strategie fahren, um die Marktgegebenheiten richtig zu nutzen.

Sind nicht auch Wettbewerb und Preisdruck in CEE besonders stark?

Fuchs: Nein, das kann man so nicht sagen. Natürlich gibt es Länder mit starkem Wettbewerb – dabei denke ich vor allem an die Kfz-Haftpflicht. Jedoch gibt es in diesen Ländern genug Geschäftspotenzial, das nicht vom Preis getrieben ist. Ganz im Gegenteil, hier gilt es, das Produktportfolio zu erweitern, der Erste am Markt zu sein und durch Nutzung sämtlicher Vertriebswege ein entsprechendes Kundenbewusstsein zu schaffen. Dabei werden wir unter anderem einen stärkeren Fokus auf die Sach- bzw. Krankenversicherung legen.

Höfinger: Wir verfolgen den Grundsatz nachhaltigen gesunden Wachstums. Nachhaltig ist es nur, wenn es auch ertragreich ist. Nur dann können wir in den Ländern das Wachstum weiter forcieren und auch den Kundenservice bieten, der von uns erwartet wird. In Bereichen, wo der Preisdruck irrational ist, verfolgen wir eine selektive Zeichnungspolitik. Denn wenn die Margen nicht stimmen, nehmen wir lieber Prämienrückgänge bewusst in Kauf.

Und wenn es in einem Markt mal nicht so rund läuft?

Höfinger: Gerade in solchen Phasen stehen die Kosten besonders im Fokus. Es gibt die Möglichkeit, alternative Vertriebskanäle aufzubauen, Backoffice-Einheiten zusammenzulegen oder das Portfolio zu sanieren und zu optimieren.

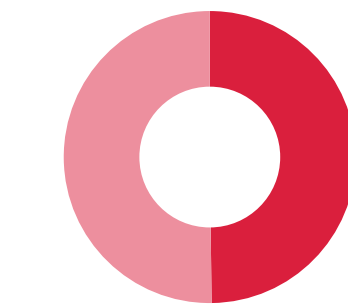
Gröll: Bestes Beispiel ist Rumänien. Dort ging es viele Jahre turbulent zu und der Wettbewerb war extrem. Als Reaktion haben wir massiv restrukturiert und uns auf die Phase vorbereitet, in der sich der Markt wieder erholt. Genau das ist jetzt der Fall. Wir wachsen in Rumänien wieder zweistellig.

Im Baltikum sind Sie zuletzt auch stark gewachsen.

Fuchs: Und ob! Seit 2009 haben wir unser Prämienvolumen in der Lebensversicherung mehr als verdreifacht. Auch das Nichtlebensgeschäft entwickelt sich sehr gut. Es gibt nur eine Handvoll Player auf diesem Markt. Uns war klar, dass wir investieren müssen, wenn wir dort eine Rolle spielen wollen. Das ist uns im Jahr 2016 durch die Gründung der Compensa Nichtleben und über den Zukauf der BTA und der Baltikums erfolgreich gelungen. Damit haben wir nun in dieser Region eine ernstzunehmende Größe erreicht.

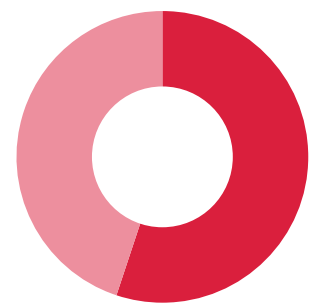
Simhandl: Das zeigt ganz klar, wie richtig unser Vertrauen in CEE war. Das Balti-

CEE-ANTEIL: PRÄMIENVOLUMEN



49,8 % CEE
50,2 % Außerhalb CEE

GEWINN VOR STEUERN



55,1 % CEE
44,9 % Außerhalb CEE

kum war nach der Finanzkrise von vielen sehr negativ beurteilt worden. Wir haben damals daran geglaubt, und das Baltikum hat bewiesen, dass es sich aus einer sehr schwierigen Situation heraus entwickeln konnte, durch viel Arbeit und Mühe der Leute vor Ort.

Wie reüssieren Sie auf einem gesättigten Markt wie Österreich?

Stadler: Österreich ist zwar im Vergleich zum CEE-Raum deutlich höher und besser entwickelt, liegt aber gemessen an der Versicherungsprämie unter dem EU-Schnitt. Ich sehe das vor allem im Bereich der privaten und betrieblichen Altersvorsorge. Hier gibt es mittlerweile das Bewusstsein, dass die staatliche Alterspension unsere Erwartungen nicht wird abdecken können. Uns als privatem Versicherer eröffnen sich dadurch enorme Chancen, indem wir Produkte auf den Markt bringen, die genau auf die Bedürfnisse unserer Kunde zugeschnitten sind wie beispielsweise Biometrie-Rentenprodukte.

Machen wir einen Themenwechsel zu Solvency II. Wie ist die VIG für dieses Thema gerüstet? Welche Veränderungen bringt das neue Regelwerk mit sich?

Havasi: Solvency II ist mit Jänner 2016 in Kraft getreten, das hat weitreichende Folgen für die gesamte Versicherungswirtschaft in Europa hinsichtlich Kapitalausstattung und Risikomanagement. Verbunden mit einer erhöhten Dokumentations- und Berichtsverpflichtung führt dies zu einem besseren Schutz des Versicherungsnehmers und einer Vereinheitlichung der Aufsichtssysteme in der EU. Die VIG hat die entsprechenden Strukturen und Prozesse gruppenweit und auch in der Holding in dem vorgeschriebenen Zeithorizont vollkommen aufgebaut. Mittels partiellem internem Modell wurde ein Solvabilitätsgrad gemäß Solvency II in der Größenordnung von rund 200 % ermittelt. Damit ist die VIG bestens für die neu-

aufsichtsrechtlichen Anforderungen aufgestellt. Die Solvabilität liegt auch unter Solvency II weiterhin im Spitzenfeld international tätiger Versicherungskonzerne.

Warum hat sich die VIG für ein partielles internes Modell entschieden?

Havasi: In manchen Fragestellungen ist das Standardmodell zu grob definiert. Um das unternehmenseigene Risikoprofil möglichst realitätsnah abzubilden, haben wir uns somit für die Einführung eines partiellen internen Modells entschieden. In Österreich sind wir der einzige Versicherungskonzern, der von der Aufsichts-

behörde eine Gruppengenehmigung erhalten hat. Das interne Modell kommt neben den betreffenden Gesellschaften in Österreich auch in Tschechien, der Slowakei, Polen und Rumänien zum Einsatz. Nun sind wir im ersten wirklichen Jahr nach der Generalprobe 2015.

Beschäftigen wir uns mit der Zukunft. Wie sehen Ihre Erwartungen aus?

Stadler: Das Niedrigzinsumfeld wird uns noch einige Zeit beschäftigen und wohl auch negative Auswirkungen auf unser Ergebnis haben. Wir hoffen aber, dass die positive wirtschaftliche Entwicklung weiter greift. Höhere Kapitalerträge durch höhere Risiken in der Veranlagung zu erzielen, ist nicht Teil unseres Geschäftsmodells – wir bleiben unserer konservativen Veranlagungspolitik auch in Zukunft treu. Denn wir wollen weiterhin im Sinne und zum Vorteil all unserer Stakeholder gemäß dem Titel dieser Zeitung auf „Nummer sicher“ gehen.

Höfinger: Für die Zukunft sehen wir durchaus gute Marktchancen über innovative, digitale Produkte. Als Beispiel möchte ich Polen anführen, wo wir eine Autopolizze sofort digital polizieren können, über den Barcode des Zulassungsscheins. In Ungarn wiederum können unsere Kunden Reiseversicherungen mittels SMS abschließen. Zudem widmen wir uns vermehrt dem Thema Assistance, sprich der Aufwertung unserer Produkte mit Zusatzleistungen. Wir werden jetzt noch intensiver prüfen, ob und wie derartige Serviceleistungen von unseren Gesellschaften marktübergreifend genutzt werden können. Im Hinblick auf den rasanten technologischen Wandel und die Bedenken, die mit der Entwicklung hin zum gläsernen Kunden einhergehen, stellt sich jedoch die Frage, wie weit Versicherungen beim Thema Digitalisierung gehen sollen.

Ist die Produktgestaltung der Schlüssel zum Erfolg?

Havasi: Das ist zu eng gefasst. Es geht vor allem darum, wie wir die neuen Generationen ansprechen wollen, die Art und Weise der Kommunikation.

Stadler: Wir orten einen deutlichen Wandel im Kundenverhalten. Wechselbereitschaft und Preissensitivität sind viel größer geworden. Daher sind Servicequalität, aber auch moderne Kommunikations- und Vertriebswege extrem wichtig, um nicht ausschließlich auf den Preis als Verkaufsargument verweisen zu müssen. Dennoch bin ich davon überzeugt, dass der Kunde vor allem einen verlässlichen Partner sucht, der sein Geld konservativ veranlagt. Eines ist sicher: Die VIG setzt alles daran, auch in Zukunft für ihre Kunden, Geschäftspartner, Aktionäre und Mitarbeiter gut dazustehen.

„Mit einem Solvabilitätsgrad von rund 200% ist die VIG fit für Solvency II.“

Judit Havasi

Eine gute Strategie legt die Basis für unternehmerischen Erfolg

Die Leitlinien in eine erfolgreiche Zukunft

Die Strategie der VIG zeichnet sich durch Kontinuität und Stabilität aus und grenzt den Konzern klar von seinen Mitbewerbern ab.

„Die Strategie ist eine Ökonomie der Kräfte“, ist ein Zitat des preußischen Generals Carl von Clausewitz. Sie bündelt die Energie und grenzt ein. Wer nicht weiß, was er tun möchte, wird sich in der Vielzahl von Optionen verlieren. Diese Gefahr besteht für die VIG nicht, denn sie hält weiterhin an ihrer bewährten Strategie fest. Das **Kerngeschäft Versicherung** ist ebenso deutlich abgegrenzt wie der **regionale Fokus Österreich und Zentral- und Osteuropa**. Diese beiden strategischen Kernelemente werden durch vier Managementprinzipien ergänzt: Mit dem **lokalen Unternehmertum** reagiert der Konzern auf die regionalen Unterschiede seiner 25 Märkte. Die **konservative Veranlagung** ist Basis des verantwortungsvollen Umgangs mit Kundengeldern. Hinzu kommen zwei „Mehrs“ – eine **Mehrmarkenstrategie**, die eine gezielte Kundenansprache ermöglicht, und ein Mehr- bzw. **Multikanalvertrieb**, der neben der eigenen Verkaufsstärke auch kompetente Partner nutzt. So auch die Erste Group, mit der ein wechselseitiges Vertriebsabkommen besteht.

Die Mehrmarkenstrategie unterscheidet die VIG fundamental von ihren Mitbewerbern. Der Konzern hat sich im Rahmen seiner Expansion dafür entschieden, etablierte und gut eingeführte Marken, die bereits im Kundenbewusstsein verankert sind, zu erhalten. Das Resultat: Die VIG ist in den meisten ihrer

Märkte mit mehr als einer Gesellschaft bzw. Marke präsent. Durch den individuellen Marktauftritt dieser Gesellschaften gelingt es, verschiedene Zielgruppen zu adressieren und auch die Produktportfolios unterschiedlich zu gestalten.

Eine weitere Besonderheit der VIG steckt in ihren dezentralen Strukturen, kurzen Entscheidungswegen und damit in der Möglichkeit, schnell und flexibel auf Marktgegebenheiten zu reagieren. Denn der Konzern setzt ganz nach dem Leitgedanken „global denken, lokal lenken“ auf das Prinzip des lokalen Unternehmertums statt auf zentralistische Konzernführung. Das bedeutet mehr Freiheit für das lokale Management, das die jeweiligen Bedürfnisse und Anforderungen des Marktes am besten versteht, aber auch deutlich mehr Verantwortung. Jedes Land ist einem VIG-Vorstand zugeordnet, der sich regelmäßig direkt mit dem lokalen Management austauscht. Die börsennotierte Holding übernimmt somit die Steuerung des Konzerns auf partnerschaftlicher Basis mit den Konzerngesellschaften.

Potenzial mit differenzierter Herangehensweise heben. Die VIG ist vom großen Potenzial der CEE-Region überzeugt (siehe Artikel Seite 2–3). Dieses Potenzial zu heben, stellt das Ziel und die Herausforderung für die kommenden Jahre dar. Dabei geht es der VIG aber nicht darum, über all ihre Märkte hinweg am

Gaspedal zu stehen, sondern sehr differenziert die unterschiedlichen Marktwachstumsphasen zu nutzen. Es hat sich gezeigt, dass sich das Potenzial in der CEE-Region nicht kontinuierlich über alle Märkte hinweg materialisiert, sondern die Entwicklung stufenweise und heterogen vorangeht. Die VIG agiert entsprechend differenziert auf ihren Märkten. In Ländern mit dynamischer Entwicklung wird die volle Stärke der bestehenden Vertriebskanäle genutzt, um in allen Sparten zu wachsen. In jenen Ländern mit einer schwierigen ökonomischen Situation oder starker Konkurrenz scheint kaum Wachstum möglich. Dort ist es allerdings wenig sinnvoll, um jeden Preis Steigerungen in den Prämien erzwingen zu wollen. In diesen Marktruhephasen stärkt die VIG den Vertrieb margenreicher Geschäftsfelder und betreibt entsprechende Risikoselektion. Vor allem dann rücken auch die Kosten, insbesondere im Verwaltungsbereich, in den Fokus.

Angenehmer Nebeneffekt: Risikodiversifizierung über Landesgrenzen hinweg. Im Portfolio befinden sich immer Märkte, die expandieren und solche, die sich in einer Ruhephase befinden. Eventuelle Prämienrückgänge in einer Region können durch Zuwächse in einer anderen aufgefangen werden.

Nachhaltiges Wachstum. Die VIG setzt auf nachhaltiges ertrageiches Wachs-

tum. Diesem Motto folgt der Konzern konsequent. Das heißt natürlich auch, auf mögliches Neugeschäft zu verzichten, wenn es nicht profitabel ist. Das trifft etwa auf die in den CEE-Märkten sehr umkämpfte Kfz-Sparte oder im aktuellen Zinsumfeld auf Einmaleraläge in der Lebensversicherung zu.

Die vorsichtige Preispolitik wird ergänzt durch die konservative Veranlagung. Angesichts der historisch niedrigen Zinsen und der daraus resultierenden Ertragseinbußen wäre es natürlich eine Option, auf risikoreichere und potenziell ertrageichere Veranlagungen zu setzen. Für die VIG kommt das jedoch nicht in Frage. Die Veranlagung von

Kundengeldern ist eine der zentralen Unternehmensaufgaben, die mit besonders großer Verantwortung verbunden ist. Eine gute Veranlagungsstrategie manifestiert sich darin, dass es keine sprunghaften Veränderungen gibt.

Faktor Mensch. Die VIG hat schnell erkannt, dass nur gute Arbeitgeber auch entsprechend qualifiziertes und motiviertes Personal von sich überzeugen können. Auch hier setzt die VIG auf Sicherheit und Stabilität und kombiniert vielfältige Karrierechancen mit einem grenzüberschreitenden Umfeld. Die VIG fördert aktiv die Talente und Fähigkeiten ihrer Mitarbeiter, denn nur so ist es möglich, die strategischen Leitlinien in der Realität umzusetzen.

Die Mehrmarkenstrategie unterscheidet die VIG fundamental von ihren Mitbewerbern.



VIG-Expansionsstrategie trägt Früchte:

Brot und Butter aus Österreich, süße Marmelade aus CEE

Was ist das Schönste unserer harten Arbeit? Wenn die lokalen Gesellschaften blühen und gedeihen. Ausgewählte Maßnahmen und Erfolge aus dem Jahr 2015.

Österreich

Marktrang 1

rd. 46%
rd. 41%

Digitalisierungsoffensive der Wiener Städtischen. Die Wiener Städtische hat im Jahr 2015 ihren Fokus klar auf ihre Onlinekompetenzen und digitale Fitness gelegt, um den technischen Wandel im Sinne ihrer Kunden proaktiv zu gestalten. Neben der Einführung einer professionellen Videoberatung, der Erneuerung der App-Welt und der Neugestaltung der Website wurden zudem die Möglichkeiten im Bereich Online-Versicherung wesentlich erweitert. Lesen Sie mehr über die Digitalisierungsoffensive der Wiener Städtischen auf *Seite 19*.

Neupositionierung der Donau Versicherung. Die Donau Versicherung gehört bereits seit dem Jahr 1971 zum Konzern der Vienna Insurance Group. Sie ist als sechstgrößte Versicherung Top-Player am österreichischen Versicherungsmarkt. Das Jahr 2015 hatte zum Ziel, einen neuen, modernen Kurs festzulegen, damit das traditionsreiche Unternehmen am Markt wettbewerbsfähig und nachhaltig ertragreich bleibt. Im Rahmen dieser Neupositionierung wurde ein Projekt zur Schärfung des Profils sowie der zukünftigen strategischen Ausrichtung ins Leben gerufen. Die Donau Versicherung verfolgt dabei weiterhin die Vision, als die kundenorientierteste Versicherung Österreichs wahrgenommen zu werden. Neben einem neuen Leitbild bilden die neu definierten Werte Aufmerksamkeit, Dynamik, Klarheit und Verlässlichkeit die Grundlage für zukünftige Unternehmensentscheidungen.

Recommender Award für die s Versicherung. Die s Versicherung, Österreichs führender Anbieter von Lebensversicherungen, wurde beim begehrten Recommender Award in der Kategorie „Bankenversicherung“ mit dem ersten Platz und damit zum vierten Mal mit diesem besonderen Gütesiegel ausgezeichnet. Insgesamt wurden dafür 8.000 Kunden österreichischer Banken, Versicherungen und Bausparkassen befragt.

Tschechien

Marktrang 1

rd. 17%
rd. 31%

Die Kooperativa ist „Millionär“! Die Kooperativa, Nummer zwei auf dem tschechischen Versicherungsmarkt, konnte im Jahr 2015 ihren millionsten Sachversicherungsvertrag abschließen. Für Martin Diviš, Generaldirektor der Kooperativa, ein Tag der Freude: „Es macht mich wirklich stolz, dass wir diese beeindruckende Zahl erreicht haben. Mein Dank gilt allen Kundinnen und Kunden und Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die das ermöglicht haben.“

Krönung der tschechischen Gesellschaften. Bei der Vergabe der Goldenen Krone zur Prämierung der besten Versicherungen in der Tschechischen Republik konnten sich die Gesellschaften im Jahr 2015 gleich über mehrere Preise freuen: Die Kooperativa wurde in den Kategorien „Unternehmensversicherung“ und „Nichtleben“ ausgezeichnet. Zudem wurde die PČS zum siebten Mal in Folge zur besten Lebensversicherung des Landes gewählt.

Bronze bei „Czech 100 Best“. Im Rahmen der „Czech 100 Best“ werden jährlich die besten Unternehmen der Tschechischen Republik prämiert. Nach einem vierten Platz im Jahr 2014 gelang der Kooperativa im Jahr 2015 mit Platz drei der Sprung auf das Siegerpodest. Die Kooperativa ist damit das beste Finanzunternehmen des Landes.

Slowakei

Marktrang 1

rd. 8%
rd. 10%

Silber im TREND Wettbewerb für die PSLSP. Die konstant gute Entwicklung der PSLSP wurde zum wiederholten Mal mit einer Auszeichnung belohnt. Beim prestigeträchtigen Wettbewerb „TREND Top 2015“, der jährlich vom Wirtschafts-magazin TREND organisiert wird, errang die PSLSP die Silbermedaille. Der slowakische Lebensversicherer kam im Rahmen dieser Auszeichnung bereits zum fünften Mal auf das Podest – dreimal holte PSLSP Silber, zweimal Bronze.

Polen

Marktrang 4

rd. 9%
rd. 8%

Vereinte Kräfte in Polen. Mit der Verschmelzung der beiden polnischen Sachversicherer Compensa und Benefia Ende Oktober 2015 konnte eine wichtige Voraussetzung für die weitere Steigerung der Kundenorientierung und eine effiziente Marktbearbeitung geschaffen werden. Die fusionierte Gesellschaft trägt den Namen Compensa TU SA Vienna Insurance Group und nimmt mit einem Marktanteil von rund 5% den fünften Rang am Nichtlebensversicherungsmarkt ein.



1. Platz beim Recommender Award. Die s Versicherung erhielt zum vierten Mal in Folge eine Auszeichnung.



Omniasig-Markenkampagne. Aufruf zu nachhaltigem und bedachtsamem Umgang mit der Umwelt.

Rumänien

Marktrang 1

rd. 5%
rd. 1%

Neue Akzente bei den rumänischen Konzerngesellschaften. Die Optimierungsmaßnahmen der letzten Jahre zeigen in Rumänien ihre Wirkung. Alle drei Gesellschaften arbeiteten im Jahr 2015 unbeirrt daran, den Vertrieb zu stärken, kundenfreundliche Produkte zu entwickeln und ihren Marktauftritt zu verbessern. Die Asirom leitete beispielsweise eine Restrukturierung ihrer Vertriebsnetzwerke ein und konzentrierte sich auf den Ausbau der Maklerkooperationen. Die BCR Leben entwickelte neue Produkte, darunter eine Lebensversicherung, die schwere Krankheiten wie Krebs mit abgesicherten Krediten verbindet. Ein vergleichbares Produkt ist am rumänischen Markt nicht zu finden. Die Omniasig wiederum konzentrierte sich auf die Neupositionierung von Marke und Image. Im Zuge dessen wurde unter anderem der Marktauftritt vereinheitlicht, um die Identifikation der Stakeholder mit dem Unternehmen zu fördern.

Omniasig startet neue Markenkampagne. Die Omniasig präsentiert sich im Jahr 2015 als verantwortungsvolles, starkes Unternehmen, das sich an der nachhaltigen Entwicklung des Landes beteiligt. Im Zuge ihrer „Insurance with Value“-Kampagne ruft die rumänische VIG-Konzerngesellschaft zu einem bedachtsameren Umgang mit der Umwelt auf, denn ein lebenswertes Morgen braucht ein nachhaltiges Hier und Jetzt. Pro abgeschlossener Omniasig-

Polizze fließt ein gewisser Betrag an die Organisation von Ivan Patzaichin. Der berühmte rumänische Kanute engagiert sich für eine nachhaltige Entwicklung der Donaudelta-Region und ist zu einem beliebten Markenbotschafter der Marke Omniasig geworden.

Beste Sachversicherung und Produkt des Jahres. Im Rahmen der mittlerweile traditionellen Insurance Market Awards Gala in Bukarest, ausgerichtet vom rumänischen XPRIMM Verlag, gewann die Omniasig den Preis als „Beste Sachversicherung des Jahres“. Der Preis ehrt jenes Versicherungsunternehmen, das sich durch nachhaltige Entwicklung im Nichtlebenssegment ausgezeichnet hat. Zudem gewann die Asirom den „Produkt des Jahres“-Award für „Casuta Noastra“, einer Haushaltsversicherung speziell für Kunden in ländlichen Gebieten.

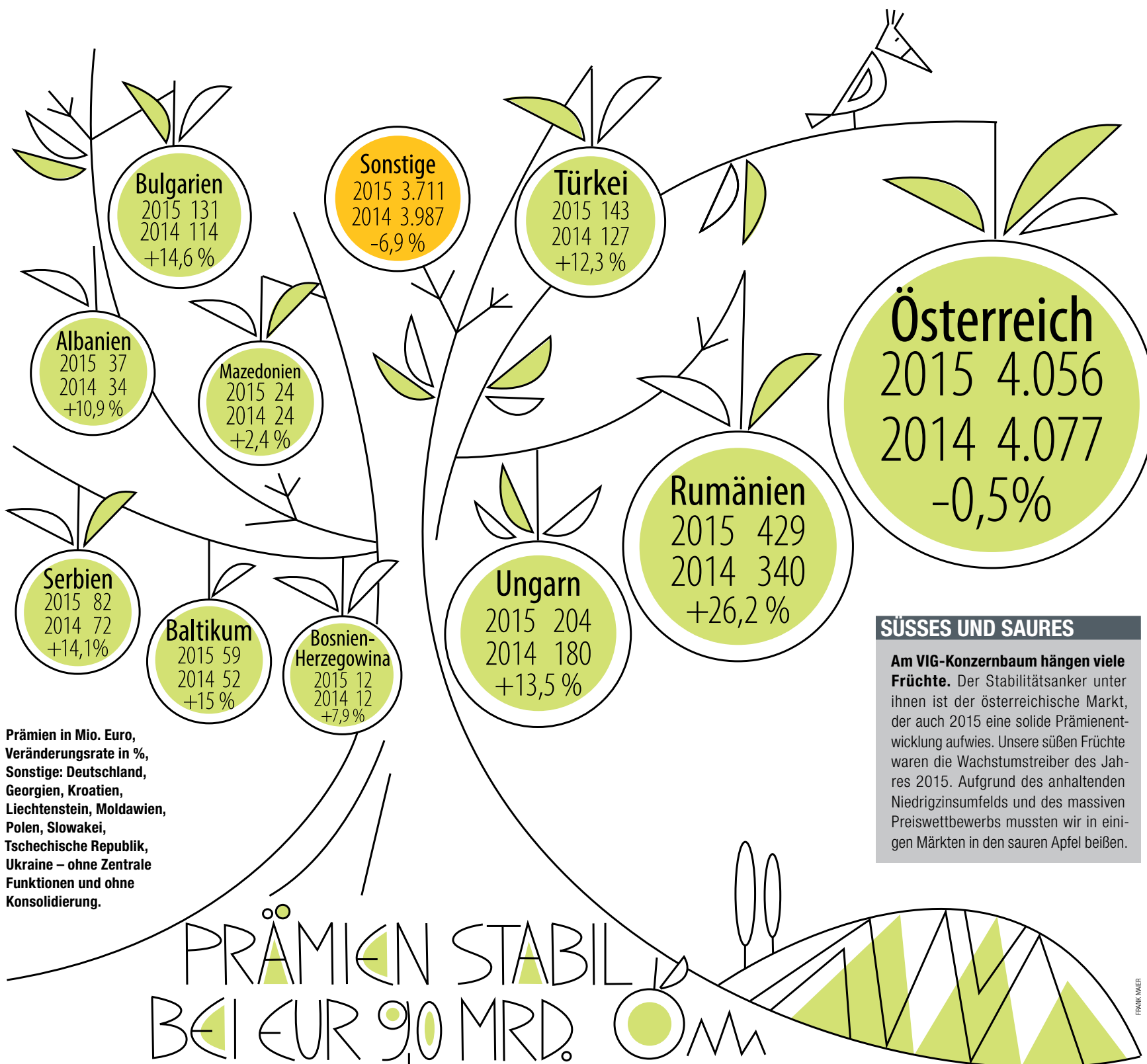
Übrige Märkte

rd. 15%
rd. 8%

VIG verstärkt Marktpräsenz im Baltikum. Die Vienna Insurance Group setzte im Jahr 2015 ihren Expansionskurs mit dem Schwerpunkt auf das Baltikum erfolgreich fort. Mit dem Erwerb der litauischen Vertriebsgesellschaft Compensa Life Distribution und des lettischen Nichtlebensversicherers Baltikum sowie der Neugründung der Compensa Nichtleben in Litauen konnte die VIG ihre Präsenz in den baltischen Ländern deutlich stärken. Gegen Jahresende wurden zudem die Mehrheitsanteile an der



▲ Verdiente Auszeichnungen. Die Asirom gewann den „Produkt des Jahres“-Award für die Haushaltsversicherung „Casuta Noastra“.



SÜSSES UND SAURES
Am VIG-Konzernbaum hängen viele Früchte. Der Stabilitätsanker unter ihnen ist der österreichische Markt, der auch 2015 eine solide Prämienentwicklung aufwies. Unsere süßen Früchte waren die Wachstumstreiber des Jahres 2015. Aufgrund des anhaltenden Niedrigzinsumfelds und des massiven Preiswettbewerbs mussten wir in einigen Märkten in den sauren Apfel beißen.

BTA Baltic in Lettland erworben – die Akquisition erfolgte vorbehaltlich der erforderlichen behördlichen Genehmigungen. Die VIG zählt damit zu einem der Top-3-Versicherer am baltischen Nichtlebensversicherungsmarkt. Das enorme Potenzial der Region, welche im Jahr 2015 ein durchschnittliches Wirtschaftswachstum von rund 2% aufweisen konnte, hat die VIG schon im Jahr 2008 erkannt. Mit der Übernahme der Konzerngesellschaft Compensa Leben gelang damals der erfolgreiche Markteintritt in Estland.

Stärkung des Vertriebs in Bulgarien. Die Konzerngesellschaft Bulstrad, die seit dem Jahr 2002 dem Konzern angehört, schloss im Jahr 2015 einen Kooperationsvertrag mit der United Bulgarian Bank (UBB). Die UBB ist die drittgrößte bulgarische Retail-Bank und erreicht mit ihren 200 Zweigstellen und Verkaufspunkten etwa eine Million Kunden. Der Konzern diversifizierte damit sein Portfolio in Bulgarien und verstärkte im Sinne seiner Multikanalstrategie das Absatzpotenzial. Darüber hinaus erwarb die Bulstrad 100% der Anteile der Gesellschaft UBB-AIG, welche im Jahr 2006 als Bankassurance für die UBB gegründet wurde. Nach Erhalt der

behördlichen Genehmigung Anfang des Jahres 2016 wurde die Gesellschaft in Insurance Company Nova Ins EAD (Nova) umbenannt.

VIG in der Ukraine trotz Krise erfolgreich. Die Lage in der Ukraine bleibt für die Menschen auch weiterhin schwierig. Dennoch ist zu hoffen, dass sich die Situation bald entspannt. Die VIG ist auf der Krim und in den umkämpften Gebieten der Ostukraine kaum vertreten. Das lokale Management hat trotz schwieriger Bedingungen die Situation auch im Jahr 2015 hervorragend gemeistert und beweist damit, dass sich das VIG-Prinzip des lokalen Unternehmertums bewährt. In Lokalwährung konnten die ukrainischen Gesellschaften im Jahr 2015 ein kräftiges Prämienwachstum von 31,4% erzielen. Mit einem Marktanteil von 4,3% belegt die VIG in der Ukraine den dritten Marktrang.

Erfolgreiches erstes Jahr in Moldawien. Mit dem Markteintritt und der Übernahme der Konzerngesellschaft Donaris ist die VIG seit dem Jahr 2014 in der Republik Moldau vertreten. Damit wurde der letzte weiße Fleck auf der CEE-Landkarte der VIG erschlossen.

Die Donaris ist sowohl im Großkundengeschäft als auch in der Kfz-Kaskoversicherung die Nummer eins in Moldawien. „Mit dem Markteintritt der VIG entwickelte sich das Unternehmen zu einem Vorreiter am moldawischen Versicherungsmarkt, der neue Standards setzt und Mitbewerber herausfordert“, erklärt der Vorstandsvorsitzende Dinu Gherasim. Die Verbesserung des Marktranges vom fünften auf den dritten Platz innerhalb nur eines Jahres unterstreicht diese Aussage.

Vertriebsoffensive in Bosnien-Herzegowina. Der bosnische Markt wird seit Jahren von der Nichtlebensversicherung, speziell von der Kfz-Sparte, dominiert. Um das Produktportfolio zu erweitern und die Kunden für neue Produkte aus dem Lebensbereich zu sensibilisieren, hat die Wiener Osiguranje eine Vertriebsoffensive gestartet. Der Fokus liegt dabei auf der Schulung der Mitarbeiter, um durch qualitativ hochwertigen Service der großen Zahl an Mitbewerbern am bosnischen Markt einen Schritt voraus zu sein. Das Ergebnis kann sich bereits nach einem Jahr sehen lassen: Das Prämienvolumen der Lebensversicherung konnte um starke 54,8% gesteigert werden,

während sich die Stornorate von Lebensversicherungsprodukten gleichzeitig halbierte.

Zentrale Funktionen: VIG ist eine der österreichischen Top-Marken. Beim jährlichen Reinsurance Meeting im deutschen Baden-Baden wurden die nachhaltigen Leistungen der VIG in Zentral- und Osteuropa mit dem XPRIMM Insurance Award ausgezeichnet. „Im letzten Jahrzehnt hat die VIG die lokale Versicherungslandschaft nachhaltig geprägt und in den Märkten einen Beitrag geleistet, europäische Standards zu implementieren“, so die Begründung der Jury. Darüber hinaus schaffte es die VIG in der „Österreichischen Markenwert-Studie 2015“ mit Rang neun erstmals unter die Top Ten der wertvollsten Unternehmensmarken Österreichs.

MARKTRANG

Stand:

- 1.-4. Quartal 2014: Slowakei
- 1.-3. Quartal 2015: Polen
- 1.-4. Quartal 2015: Österreich, Rumänien, Tschechische Republik

■ Anteil an Gesamtprämien 2015 der VIG
 ■ Anteil am Gewinn vor Steuern 2015 der VIG

Andreas Treichl, CEO der Erste Group, über die Auswirkungen der historisch niedrigen Zinsen:

Gut gemeint, aber nicht gut

Zur Freude von Kreditnehmern und zum Ärger von Sparern durchleben wir eine Phase von beinahe nicht existenten Zinsen. Dass dahinter aber auch Gefahren für die Konjunktur und beträchtliche Risiken für das Wirtschaftssystem stecken, zeigt das Gespräch mit Andreas Treichl.

Die EZB hat im März 2016 erstmals den Leitzins auf 0,0% gesenkt. Erst im September 2014 wurde dieser auf 0,05% herabgesetzt. Welche Auswirkungen gingen damit für die Finanzbranche einher?

Ganz dramatische. Wobei es nicht die Niedrigzinspolitik allein ist, sondern die lange Dauer, die unser gesamtes Wirtschaftssystem wesentlich verändert. Dabei meine ich nicht die Profitabilität der Banken, die wesentlich darunter leidet. Es geht darum, dass Risiken in der Wirtschaft nicht mehr richtig bepreist werden. Dazu kommt, dass die EZB damit auch kaum erfüllbare Erwartungen an den Kapitalmärkten geweckt hat. Dass die Europäische Zentralbank einmal das kanonische Zinsverbot umsetzen wird, hätte ich nicht erwartet.

Was ich aber für viel dramatischer halte, sind die langfristigen Auswirkungen. Denken Sie nur an die Pensionskassen. Diese können sehr schwer den Wertzuwachs bei der privaten Altersvorsorge erzielen, auf dem das System ruht. Der Zinseszinsseffekt in der privaten Vermögensbildung ist praktisch außer Kraft gesetzt.

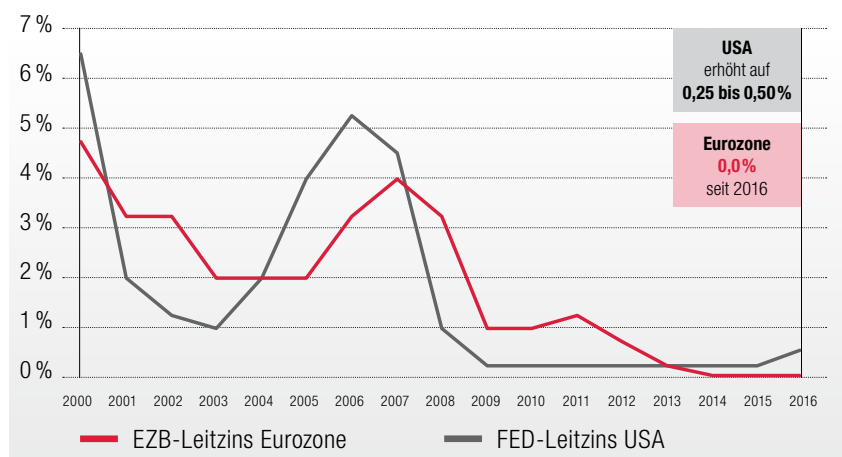
Wir legen jetzt den Boden für eine Altersarmut mit dramatischen Auswirkungen. Wenn man den Menschen die Möglichkeit nimmt, mit Spareinlagen einen Ertrag zu erzielen, zerstört man die Mittelklasse. Negative Realzinsen hat es allerdings auch schon in Jahren hoher Inflationsraten gegeben, aber emotionell haben Nullzinsen einen viel deprimierenderen Effekt für Sparer.

Wurde aus Ihrer Sicht das damit verfolgte Ziel der Konjunkturbelebung erreicht?

Das lässt sich so generell nicht sagen. An den Konjunkturdaten lässt es sich jedenfalls nicht überall ablesen. Die Maßnahmen haben sicherlich zu niedrigeren Finanzierungskosten für die Wirtschaft und zu einer Abschwächung des Euro geführt. Dadurch sollte die wirtschaftliche Erholung in der Eurozone theoretisch unterstützt werden, wobei Österreich beim Wirtschaftswachstum bedenklich hinterherhinkt. Die Begeisterung der Unternehmen zu investieren ist sehr bescheiden. Es fehlt an der Zuversicht bzw. an stabilen Rahmenbedingungen, beispielsweise im steuerlichen Bereich. Einmal mehr zeigt sich auch, dass niedrige Sollzinsen alleine kein Konjunkturmotor sind.

Andreas Treichl:
Niedrige Sollzinsen alleine sind kein Konjunkturmotor.

ENTWICKLUNG LEITZINSSÄTZE EUR UND USD SEIT 2000



Inwieweit steht Ihres Erachtens die verstärkte Regulierung bei der Kreditvergabe diesem Ziel entgegen?

Die höheren Eigenkapitalanforderungen sollten den Banksektor auf lange Sicht sicherer machen und an diesem Ziel ist insgesamt wenig auszusetzen. Problematisch sind aber einerseits unkoordinierte Mehrfachbelastungen, wie beispielsweise die Bankensteuer bzw. die verschiedenen EU-Fonds, andererseits macht es die verstärkte Regulierung der Finanzbranche fast unmöglich, Risiken

aus der Wirtschaft zu übernehmen. Einer Konjunkturbelebung werden dadurch zusätzliche Fesseln angelegt. Was wir jetzt bräuchten, sind fünf Jahre ohne monatlich neue Regulierungsvorschriften. Man muss uns und auch der Wirtschaft Zeit geben, die bestehenden Regelwerke zu implementieren, auch um abzusehen, welche konkreten Auswirkungen sie haben.

Ein zentrales Element der expansiven EZB-Geldpolitik bildet auch das sogenannte Quantitative Easing in Form von Anleihekäufen. Können Sie uns die damit verfolgten Effekte auf die Konjunktur bzw. Inflation erklären?

Die EZB kauft Anleihen am Sekundärmarkt von anderen Investoren, damit diese das Geld wiederum „riskanter“ veranlagen. So sollen Banken mehr Geld für die Kreditvergabe haben, allerdings kommt es natürlich auch auf die Nachfrage nach Krediten an. In einigen Ländern der Eurozone, z.B. Italien, Spanien, hat diese Maßnahme tatsächlich erfolgreich dazu beigetragen, die Finanzierungskosten für Unternehmen zu senken. Aber das wesentlichste Resultat der Anleihekäufe war die Schwächung des Euro gegenüber anderen Währungen und somit eine Unterstützung der Exporte. Die Ankurbelung der wirtschaftlichen Aktivität wiederum soll sich positiv auf die Inflation auswirken. Hier wirken allerdings derzeit die stark gesunkenen Öl- und Rohstoffpreise belastend und die EZB ist immer noch deutlich entfernt von ihrem Ziel.

Die US-Notenbank FED hat im Dezember 2015 den Leitzinssatz auf eine Bandbreite von 0,25 und 0,50% angehoben – kann damit schon von einer tatsächlichen Zinswende ausgegangen werden?

Dafür war der Schritt, den die FED gesetzt hat, zu bescheiden. Von einer nachhaltigen Zinswende würde ich sprechen, wenn wir uns wieder über 1% befinden.

Wann bzw. unter welchen Bedingungen erwarten Sie eine vergleichbare Umkehrung der Geldpolitik für die Eurozone?

Das ist eine gute Frage, aber schwer zu beantworten. Die USA sind im Konjunkturzyklus wesentlich weiter als die Eurozone. Schauen Sie sich nur die Entwicklungen der ersten Wochen dieses Jahres an. Die Wachstums-

verlangsamung in China und anderen Emerging Markets sowie die niedrigen Rohstoffpreise werden die EZB noch länger veranlassen, ihren eingeschlagenen Weg fortzusetzen.

Inwieweit profitiert die europäische Wirtschaft von der Abwertung des Euros gegenüber dem US-Dollar?

Theoretisch sollte ein schwächerer Euro unserer Exportwirtschaft helfen. In Österreich sind ja die Ausfuhren derzeit die einzige relevante Wachstumsstütze. Ohne diese Exporterfolge gäbe es selbst das bescheidene BIP-Wachstum nicht. Aber machen wir uns nichts vor, die Schwäche unserer Gemeinschaftswährung ist nicht nur Ausdruck der Zinsdivergenz zwischen der Eurozone und den USA, sondern auch Ausdruck unserer schwächeren Wirtschaftsleistung, der fehlenden Wachstumsdynamik und unserer mangelnden Investitionsbereitschaft. Wenn wir als EU in einer Liga mit den USA spielen wollen, müssen wir mehr tun, um auch tatsächlich als ein großer Binnenmarkt mit entsprechender Binnennachfrage zu funktionieren. Dazu gehört nicht nur eine Bankenunion, sondern vor allem ein gemeinsames und vor allem klares politisches Auftreten als Union. Als Summe egoistischer Nationalismen und Einzelinteressen mal 28 wird man zwischen Washington und Peking kaum ernst genommen.

„Die USA sind im Konjunkturzyklus weiter als die EU.“

KOOPERATION ERSTE GROUP UND VIG

Im Jahr 2008 schlossen die beiden großen CEE-Konzerne, Vienna Insurance Group und Erste Group, eine strategische Partnerschaft. Die VIG erwarb die Versicherungsaktivitäten der Erste Group, und die Produkte der VIG werden seither über den Vertriebsapparat der Erste Group verkauft. Im Gegenzug bieten die Konzerngesellschaften der VIG die Bankprodukte der Erste Group an. Eine Win-Win-Situation für beide Konzerne.

Veranlagung mit Sicherheitsgurt

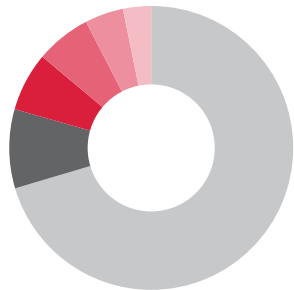
Die instabile Situation an den Finanzmärkten bestärkt die VIG in ihrer sicherheitsorientierten Investitionsstrategie.

Gelegentlich funktionieren Spekulationen. Dann wird ein höheres Risiko mit einer überdurchschnittlichen Rendite belohnt. Wie gesagt – das funktioniert gelegentlich, jedoch mit großer Wahrscheinlichkeit nicht immer und ist keineswegs eine professionelle Herangehensweise, wenn es um die Veranlagung einer Versicherung geht.

Safety first. Wenn die VIG ihre Gelder investiert, dann steht Sicherheit an oberster Stelle. Intransparente Investmentvehikel sind tabu. Stattdessen liegt der Fokus auf guten Bonitäten und stabilen Veranlagungserträgen. Konsequenterweise investiert die VIG vor allem in europäische Staatsanleihen mit solidem Haushalt, in gute Unternehmensanleihen und in Immobilien. Aktien machen hingegen nur etwa 4 % des Portfolios aus. Wichtig dabei ist auch, dass der Veranlagungshorizont dem Verbindlichkeitsprofil entspricht. Und nachdem jenes einer Versicherung – insbesondere einer Lebensversicherung – tendenziell eher langfristig ist, gesellt sich zum Prinzip des konservativen Investments

auch die Langfristigkeit. Das Ergebnis ist ein Asset-Mix, der stabile Cash Flows und eine stetige positive Wertentwicklung darstellt. Hohe Ausschläge – in die eine oder die andere Richtung – passen da nicht ins Bild. Damit es nicht zu solchen kommt, unterliegt die Veranlagung der VIG einigen Sicherungsmechanismen – sozusagen ein Sicherheitsgurt für das investierte

VIG-Kapitalanlagen



- 70,4 % Anleihen
- 9,0 % Darlehen
- 6,7 % Bankguthaben, Depotforderungen und Kassabestand
- 6,3 % Immobilien
- 4,4 % Aktien
- 3,2 % Beteiligungen

Kapital. Das Risiko wird unter anderem über eine strategische Asset Allocation, mit Ober- und Untergrenzen je Veranlagungskategorie und je Tochtergesellschaft, gesteuert. Konzernweit existieren selbstverständlich Limits und Richtlinien. Das gilt für die Holding wie auch für die Konzerngesellschaften.

Nachhaltigkeit. Daneben sieht sich die VIG in der Pflicht, ihre Investitionen entsprechend nachhaltig zu gestalten. Konkret bedeutet das etwa, dass in lokale Infrastrukturprojekte investiert wird. Als Beispiel kann das anhaltende Engagement beim Bereitstellen von leistbarem Wohnraum in Österreich oder der nachhaltige Umgang mit Energie und Ressourcen bei der Errichtung eigener Bürogebäude genannt werden. Ebenso in diese Kerbe schlägt die fortwährende Veranlagung in CEE-Staatsanleihen. Dadurch stellt der Konzern langfristiges Kapital für die Finanzierungsbedürfnisse der Region zur Verfügung.

Ende gut, alles gut. Am Ende muss die Veranlagungsstrategie einer Versicherung gewährleisten, den eigenen, langlaufenden Verpflichtungen vollumfänglich nachkommen zu können. Diesem Prinzip wird in der Veranlagung oberste Priorität eingeräumt.

IM GESPRÄCH



KORNEI STÄUBLER

„Wir müssen Entwicklungen an den Kapitalmärkten und von Volkswirtschaften richtig einschätzen und damit Risiken vermeiden.“

Gerald Weber,
Leitung VIG Asset Management

Die europäischen Zinssätze bewegen sich seit einigen Jahren nur knapp oberhalb der Null-Prozent-Marke. Was genau bedeutet das für die VIG?

Das tiefe Zins- bzw. Renditeniveau bedeutet vor allem eine entsprechende Herausforderung für die Neu- und Wiederveranlagung. Insbesondere für die Investments in der traditionellen Lebensversicherung zur Erfüllung der Garantieverprechen und einer darüber hinausgehenden Rendite für den Kunden. Die Veränderung in der „Verzinsung“ für den Gesamtbestand der Veranlagung erfolgt nicht schlagartig, aber kontinuierlich im Zeitablauf. Das trifft auch auf den durchschnittlichen Garantiezins im Versicherungsbestand zu. Der Langfristigkeit und Sicherheit in der Veranlagung und damit die Sicherstellung der notwendigen und stabilen Cash Flows kommt hier besondere Bedeutung zu. Das war in der Vergangenheit wichtig und wird es auch in der Zukunft weiterhin sein – gerade auch im Niedrigzinsumfeld.

Wie passt die konservative Veranlagungsstrategie der VIG zum derzeitigen Niedrigzinsumfeld?

Das ist meiner Ansicht nach keine Frage des aktuellen Marktumfeldes. Unsere Kunden erwarten eine entsprechende Einhaltung der gegebenen Zusagen und Versprechungen unter allen Bedingungen. Eine aggressive und möglicherweise unkontrollierte oder unnötig riskante Strategie ist im Falle des Scheiterns inakzeptabel – und die Chancen für ein Scheitern solcher Strategien haben aufgrund ihrer Volatilitäten eine entsprechend hohe Wahrscheinlichkeit, wie uns die Vergangenheit immer wieder gezeigt hat. Die konservative Veranlagungsstrategie der VIG passt also auch zum derzeitigen Niedrigzinsumfeld.

Bei einer derart konservativen Veranlagung, wo liegen die Herausforderungen in Ihrem Job?

Abhängig vom jeweiligen Marktumfeld und makroökonomischen Entwicklungen können Veranlagungsrisiken einzeln oder kumulativ schlagend werden. Selbst eine konservative Veranlagung weist gewisse Risiken auf. Es ist daher wichtig für uns, Entwicklungen an den Kapitalmärkten und von Volkswirtschaften richtig einzuschätzen und damit Risiken zu vermeiden. Weiters gilt es, unseren grundsätzlichen Prinzipien für eine konservative Veranlagung treu zu bleiben und unsere mittel- und langfristige Strategie konsequent weiterzuverfolgen.



SVVERSICHERUNG

LEBENSVERSICHERUNGEN MIT GARANTIEFTER VERZINSUNG

Garantie ist die Basis jeder vernünftigen Altersvorsorge

Manfred Rapf,
Generaldirektor-Stellvertreter und CFO der s Versicherung

Lebensversicherungen machen die niedrigen Zinsen zu schaffen. Die österreichische s Versicherung hält dennoch am Garantiezins fest.

Seit Jahren senkt die Finanzmarktaufsicht die maximale Garantieverzinsung für Lebensversicherungen Stück für Stück. Mittlerweile beträgt sie 1 % und einige Versicherungsunternehmen bieten keine garantierte Verzinsung mehr an. Der Grund dafür liegt auf der Hand: Das historisch niedrige Zinsniveau macht es schwierig, die garantierten Renditen zu erwirtschaften. Und das genau ist der Punkt: Es ist schwierig, aber nicht unmöglich. Daher setzen wir in der Lebensversicherung auch weiterhin auf dieses so wichtige Element der Garantieverzinsung.

Wir tun das, weil wir davon überzeugt sind, dass die Garantieverzinsung ein wesentliches Unterscheidungsmerkmal bei der Altersvorsorge darstellt. Ganz besonders, da es keine alternativen Produkte am Finanzmarkt gibt, die eine lebenslange

Rente mit garantierter Verzinsung verbinden. Dieses Alleinstellungsmerkmal wollen wir nicht aus der Hand geben. Denn nur so können wir unseren Kunden die finanzielle Sicherheit ihrer privaten Vorsorge im Alter bieten.

„Jeder von uns braucht finanzielle Sicherheit – auch im Alter.“

Die Einführung von Solvency II hat die Situation allerdings nicht einfacher gemacht. Solvency II ist ein risikobasiertes Solvenzregime, das heißt, der Kapitalbedarf einer Versicherung bemisst sich am eingegangenen Risiko. Dem Kunden Garantien auszusprechen stellt nun genau so ein Risiko für das Unternehmen dar. Es muss zusätzliches Eigenkapital vorgehalten werden, um die Einhaltung der Garantiezusagen jederzeit sicherstellen zu können. Wir akzeptieren diese höhere Eigenkapitalunterlegung, weil die finanzielle Absicherung unserer Kunden im Alter für uns wesentlich ist.

Die s Versicherung ist nicht nur größter Lebensversicherer, sondern auch der erfolgreichste Bankenversicherer Österreichs. Wir vertreiben unsere Produkte über unsere Bankpartner Erste Bank und Sparkassen. Das ermöglicht uns einerseits eine schlanke Kostenstruktur – was letztlich auch den Kunden zugutekommt – und andererseits erhalten unsere Kunden eine hochqualitative Beratung vom Betreuer ihres Vertrauens.

Zur Person

Manfred Rapf (55) ist seit 2005 CFO der Sparkassen Versicherung AG Vienna Insurance Group und seit 2015 Generaldirektor-Stellvertreter. Der studierte Mathematiker und Informatiker ist zudem Präsident der Aktuarvereinigung Österreichs und seit 2013 Vorsitzender der Sektion Lebensversicherung im Österreichischen Versicherungsverband.

Risiko, ja – aber gemanagt

Die Risiken eines Geschäftsmodells zu erkennen, sie adäquat zu bewerten und für ihr Eintreten Vorsorge zu treffen – das sind die Aufgaben eines umfassenden Risikomanagements.

Eine primäre Aufgabe des Risikomanagements der VIG ist die Gewährleistung der dauernden Erfüllbarkeit der Verpflichtungen aus den Versicherungsverträgen. Und das auch unter der Annahme, dass große, unvorhersehbare Schadenereignisse, wie etwa Naturkatastrophen, eintreten. „Es wird schon nichts passieren“ ist da keine probate Einstellung. Die Jahre der Wirtschafts- und Finanzkrise seit

2007 haben gezeigt, dass viele Dinge, deren Eintreten man sich zuvor nicht vorstellen konnte, Realität werden können. Transparente und nachvollziehbare Entscheidungen und Prozesse innerhalb des Unternehmens sind wesentliche Bestandteile zur Schaffung einer angemessenen unternehmensweiten Risikokultur. Jeder einzelne Mitarbeiter trägt durch die Einhaltung aller bestehenden Regelwerke zu

einem funktionierenden System bei, auch im Sinne von Compliance. Zur Steuerung des versicherungstechnischen Risikos setzt die VIG nachhaltige Maßnahmen und bildet Rückstellungen für die Erbringung zukünftiger Versicherungsleistungen. Nicht zuletzt auf Basis der neuen Solvency-II-Richtlinien, welche dafür sorgen, dass Risiken beherrschbar und Versicherungen krisenresistent bleiben.

VIG-INFOBOX

Eine der Kernkompetenzen der Vienna Insurance Group ist der professionelle Umgang mit Risiken. Das Risikomanagement der VIG ist fest in der Führungskultur des Unternehmens verankert und baut auf einer klar definierten konservativen Risikopolitik, einer umfangreichen Risikoexpertise, einem entwickelten Risikoinstrumentarium und risikobasierten Vorstandsentscheidungen auf. Lesen Sie mehr zum Risikomanagement der VIG im Konzernbericht 2015 auf Seite 56.

KAREL VAN HULLE ZUR EINFÜHRUNG VON SOLVENCY II

„Proportional und zweckmäßig soll es sein“

Mit Solvency II ist ein umfassendes Reformregelwerk vom Stapel gelaufen. Es wird dafür sorgen, die Branche risikobewusster und robuster zu machen.

Es ist vollbracht, die neue EU-Richtlinie Solvency II ist per 1. Jänner 2016 in Kraft getreten. Dennoch bleibt diese für alle betroffenen Parteien eine Herausforderung: Den Versicherungsunternehmen ist teilweise nicht klar, warum sie in Zeiten von Niedrigzinsen ein risikobasiertes Solvenz-Regime einführen sollten. Für die Aufsichtsbehörden ist es auf der anderen Seite nicht leicht, in einem Umfeld zu arbeiten, das Versicherungen mehr Freiheiten lässt, als dies unter Solvency I der Fall war. Für die Regulatoren ist ein System, das weitestgehend von der EU gesteuert wird, eine Novität. Für die Kunden bringt Solvency II nicht nur wesentlich mehr, sondern vor allem neue Informationen, die auf Konzepten und Ideen beruhen, die nicht gebräuchlich und damit schwer verständlich sind.

Trotzdem: Diese Reform ist notwendig und längst fällig. Die Versicherungsbranche kann sich nicht mehr länger in einer Ecke verstecken, wie das in der Vergangenheit oft üblich war. Die Finanzmärkte haben sich verändert, funktionieren nicht mehr so, wie wir das gewohnt waren. Die Risiken sind zahlreich und der einzige Weg, in diesen Zeiten erfolgreich zu sein, ist Risikomanagement und Gov-

ernance wesentlich zu verbessern. In diesem Sinne ist es falsch, sich zu sehr auf das Thema Kapital zu fokussieren. Solvency II ist mehr als das.

Solvency II ist nicht perfekt. Natürlich hätten sich alle Beteiligten gewünscht, dass sich Solvency II in einem kürzeren Zeitraum entwickeln lässt, zumal das Ergebnis nicht perfekt ist. Allerdings war auch nie angedacht, dass dieses derart komplexe Regulatorium vom ersten Tag an perfekt ist. Es wurde sehr viel Aufmerksamkeit darauf gelegt, dass das System flexibel ist, damit Änderungen gemacht werden können, wenn diese erforderlich sind. Es wird einige Jahre dauern, bis diese Reform vollständig verstanden und umgesetzt wird. Das sollte eigentlich kein Problem darstellen, wir müssen diesen Umstand nur akzeptieren.

Gerade weil die Regelungen bereits mit Inkrafttreten so umfangreich sind, muss jedoch vermieden werden, diese noch komplizierter zu machen. Es ist wichtig, die Implementierung von Solvency II nun in der Praxis genau zu beobachten. Nationale Regulatoren tendieren dazu, dem EU-Regulatorium noch weitere Regeln hinzuzufügen. Es

ist zu hoffen, dass die europäischen Behörden ein Auge auf diese Spielart der Überregulierung haben. Die Versicherer sollten solche Auswüchse auch in Brüssel beanstanden.

Prinzip der Proportionalität. Die meisten der betroffenen Versicherungen sind kleine oder mittlere Unternehmen. Daher ist es wichtig, die Art, Größe und Komplexität des Unternehmens zu berücksichtigen – nicht nur in Bezug auf die Regulierung, auch in Bezug auf die Art der Aufsicht. Hier muss Proportionalität gewährleistet sein. Das heißt nicht, dass ein Versicherungsunternehmen von der Einhaltung einer wichtigen Regel ausgenommen wird. Sondern, dass die Regel auf die spezielle Situation von kleinen oder weniger komplexen Einheiten angepasst wird.

Das Prinzip der Proportionalität im Regelwerk einzubauen, war nicht einfach. Nach vielen Diskussionen fand eine Reihe von Fallbeispielen in Solvency II spezielle Berücksichtigung. Diese Beispiele betreffen die drei Säulen von Solvency II: vereinfachte Kalkulationen der technischen Rückstellungen (Säule 1), reduzierte Anforderungen an das Governance System (Säule 2) und vereinfachtes Reporting (Säule 3).

„Es sollte nicht alles reguliert werden.“

Proportionalität bei den Aufsichtsbehörden einzuführen, stellt ebenso eine Schwierigkeit dar. Es ist viel einfacher, Regeln so anzuwenden, wie sie festgeschrieben sind, als ein Unternehmen aus der Sicht der Proportionalität und Zweckmäßigkeit zu betrachten. Versicherer und Aufsichtsbehörden sollten daher in einen echten Dialog treten, der nicht zu einem Monolog werden darf. Bei der Betrachtung der derzeitigen Abläufe, bekommt man den Eindruck, dass dieses Ziel noch nicht erreicht ist. Denn nichts ist schwieriger, als eingespielte Praktiken zu durchbrechen.

Regelwerk kritisch prüfen.

Solvency II ist ein Projekt, das stufenweise implementiert wird. Die lange Dauer der Verhandlungen hat es immer komplexer gemacht: Die Versicherungsindustrie wollte klare Prinzipien, um Diskussionen mit den Aufsichtsbehörden zu vermeiden, und die Aufsichtsbehörden wollten ganz detaillierte Regeln, um für die Diskussion mit der Versicherungsindustrie gewappnet zu sein.

Wir müssen jetzt lernen, mit dieser Menge an Regeln und Leitlinien zu arbeiten. Es ist zu hoffen, dass uns die Erfahrung zeigen wird, dass wir einen Teil davon gar nicht brauchen. Ich lade alle betroffenen Parteien ein, Solvency II kritisch zu prüfen und Bereiche, wo Veränderungen nützlich oder notwendig wären, zu identifizieren.

Jahrelange Arbeit als Regulator hat gezeigt, dass nicht alles reguliert werden sollte und dass Regulierung eine gewisse Flexibilität braucht. Dabei muss sichergestellt werden, dass Solvency II, welches in Zusammenarbeit mit allen Beteiligten entstanden ist, seinen Zweck erfüllt.

Zur Person

Karel Van Hulle lehrt als Honorarprofessor an der Goethe Universität Frankfurt sowie als Associate Professor an der KU Leuven. Zudem ist er Vorsitzender der Interessensgruppe Versicherung und Rückversicherung der EIOPA. In seiner ehemaligen Position als Leiter des Referats „Versicherungen und Altersvorsorge“ bei der Europäischen Kommission war Van Hulle an der Entwicklung und Vorbereitung von Solvency II beteiligt.



Notwendig, aber auch kritisch zu hinterfragen, ist Solvency II für Van Hulle.

VIG UPDATE



KORNEL STADLER

„Grünes Licht für Solvency II“

Ronald Laszlo
Leitung VIG Enterprise Risk Management/Solvency II Projekt

Die VIG implementierte die europäische Richtlinie mit eigener partieller Modellierung. Die Einführung von Solvency II hat den europäischen Versicherungssektor auch im Jahr 2015 intensiv beschäftigt. Die Produktivsetzung neuer Solvency II-adäquater Risikomanagementmethoden und -modelle, in Kraft per 1. Jänner 2016, sowie die notwendige Adaptierung der IT-Systeme bildeten einen Schwerpunkt in den aufsichtsbezogenen Aktivitäten von Versicherungen.

Durch Solvency II ändern sich insbesondere die Kapitalanforderungen an Versicherungen. Diese müssen über ausreichend Eigenmittel verfügen, um einen potenziellen 1-in-200-Jahren Verlust abfedern zu können (Kapitalerfordernis). Die wesentliche Kenngröße für die Solvabilität bildet damit die Solvenzrate, die das Verhältnis der Eigenmittel zum Kapitalerfordernis widerspiegelt. Die Eigenmittel werden dabei anhand einer ökonomischen Bilanz ermittelt, das Kapitalerfordernis entweder anhand einer vorgegebenen Standardformel, oder mit Hilfe eines unternehmensinternen Modells, für das jedoch eine Genehmigung der Aufsichtsbehörden Voraussetzung ist.

Aufgrund einer unzureichenden Abbildung des Risikoprofils gemäß Standardformel hat sich die VIG entschieden, die Bereiche Schaden/Unfall und Immobilienveranlagung intern zu modellieren und ein Partialmodell zu entwickeln. Das jahrelange umfangreiche Projekt konnte mit Genehmigung der Gruppenaufsicht, der österreichischen Finanzmarktaufsichtsbehörde (FMA), mit Ende 2015 erfolgreich zum Abschluss gebracht werden. Die VIG ist das einzige österreichische Unternehmen, das ein genehmigtes internes Modell vorweisen kann.

Unter Berücksichtigung dieses partiellen internen Modells wird die Solvenzrate auf Ebene der börsennotierten VIG Gruppe in einer Größenordnung von 200 % erwartet. Dies bestätigt neben dem Rating die sehr gute Kapitalausstattung des Konzerns und bietet ausreichend Potenzial, die eingeschlagene Strategie aktiv weiterverfolgen zu können.

Trotz der hohen Aufwände für prozessuale und organisatorische Umstellungen und den strikten Kapitalanforderungen war die Einführung von Solvency II ein Schritt in die richtige Richtung. Schließlich handelt es sich um Investitionen in Sicherheit und Wettbewerbsfähigkeit, die dem Kunden, dem Unternehmen und dem Aktionär gleichermaßen nachhaltig zugutekommen.

Gemeinsame Compliance-Kultur

Group Compliance Officer, Natalia Čadek zur besonderen Funktion von Wohlverhaltensregeln in einem internationalen Konzern.

Schlägt man den Begriff „Compliance“ im Duden nach, stößt man auf Begriffe wie Folgsamkeit oder Wohlverhalten. Was genau ist Compliance und welche Aufgabe hat diese Funktion in einem Unternehmen wie der VIG?

Zunächst versteht man darunter die Einhaltung aller bestehenden Regelwerke durch das Unternehmen und seine Mitarbeiter: Gesetze, regulatorische Bestimmungen sowie freiwillige Selbstverpflichtungen. Darüber hinaus umfasst der Begriff Compliance aber auch die Schaffung organisatorischer Vorkehrungen im Unternehmen, um die Einhaltung von Rechtsnormen und unternehmensinternen Richtlinien sicherzustellen.

Welche organisatorischen Vorkehrungen bestehen diesbezüglich in der VIG?

Die Schulungsmaßnahmen sind da ein ganz wesentlicher Bestandteil. Dabei sind nicht nur themenbezogene physische Trainings zu erwähnen, sondern auch bereichs- bzw. gesellschaftsübergreifende Workshops. Zusätzlich ist Compliance vor allem auch auf Informationsaustausch angewiesen. Dazu verwenden wir einen gruppenweiten Newsletter, indem wir einen Schwerpunkt auf EU-Recht legen. Weiters erfolgt ein intensiver Informations- und Erfahrungsaustausch im Rahmen unserer Compliance-Komitee-Sitzungen, die in der VIG sowohl auf Holding- als auch auf Gruppenebene eingerichtet sind. Auch eine proaktive Unterstützung der Mitarbeiter im Zusammenhang mit Compliance-relevanten Fragen trägt zur Sensibilisierung und dem Compliance-Bewusstsein in der Gesamtorganisation bei.

Welche Rolle nimmt Compliance in einem internationalen Unternehmen ein und welche Herausforderungen entstehen speziell im Zusammenhang mit CEE?

In erster Linie geht es darum, rechtswidriges Verhalten innerhalb der gesamten Organisation zu verhindern. Denn das könnte weitreichende Folgen haben: neben Geldstrafen, Schadenersatzklagen oder Gewinnabschöpfungen droht ein massiver Imageschaden und Reputationsverlust. Die Besonderheit der Compliance-Organisation in der VIG ist, dass sie Gesellschaften in 25 Ländern umfasst. Darunter befinden sich nicht nur solche, die in EU-Mitgliedsstaaten ansässig sind, sondern auch welche aus Drittstaaten. Ziel und Hauptaufgabe von Group Compliance in diesem Zusammenhang ist es, gruppenweit sicherzustellen, dass ein einheitliches Compliance-Verständnis vorhanden ist und eine gemeinsame Compliance-Kultur gelebt wird. Das ist gleichzeitig die größte Herausforderung, insbesondere im Hinblick auf die unterschiedlichen Rechtsrahmen.

Bildet für die EU-Mitgliedsstaaten nun Solvency II einen gemeinsamen Rahmen hinsichtlich Compliance?

Ja, das ist richtig. Mit Jahresbeginn 2016 ist Solvency II in Kraft getreten. Das stellt neue, weitreichendere Anforderungen an uns. Der Zeitraum vor dem Inkrafttreten war durch intensive Vorbereitungsaktivitäten geprägt. Vor allem das Konzipieren



IAN EHM

Compliance: Rechtswidriges Verhalten muss verhindert werden.

und das Kommunizieren der gruppenweiten Compliance-Organisation standen im Vordergrund. Im Nachgang gilt es nun, das operative Geschäft auf das neue Regelwerk abzustimmen und Solvency II als neues aufsichtsrechtliches Regime im täglichen Versicherungsleben zu berücksichtigen.

Welche Themen beschäftigen die Mitarbeiter? Welche Anfragen kommen am häufigsten auf Sie zu?

Das ist ein breites Spektrum und reicht

von allgemeinen versicherungsrechtlichen Themen bis hin zur Frage, wie mit Geschenken oder Einladungen korrekt umzugehen ist. Aufgrund der Notierung der VIG-Aktie an der Börse werden auf Ebene der Holding oft auch Anfragen hinsichtlich Emittenten-Compliance gestellt. Wichtig ist jedenfalls, dass sich Kollegen im Zweifelsfall an uns wenden. So können wir unsere Compliance-Organisation weiterentwickeln.

DAS SAGEN LOKALE COMPLIANCE-OFFICER ZUM THEMA:

Projektbezogene Workshops. „Die Compliance-Beauftragten der österreichischen VIG-Gesellschaften treffen sich regelmäßig zu projektbezogenen Workshops, um einen Erfahrungsaustausch zwischen den Unternehmen sicherzustellen. So sind Synergien möglich, denn oft stehen wir vor sehr ähnlichen Herausforderungen.“



Ulrike Pruckner-Herran
Wiener Städtische, Österreich

Compliance-Komitee-Sitzung international. „Die Treffen des VIG Compliance-Komitees sind ein wertvolles Instrument der Kooperation. So wird gemeinsames Verständnis sichergestellt und Wissen ausgetauscht. Die konzernweite Compliance-Struktur, gemeinsam mit regelmäßiger Kommunikation, stellt eine starke Unterstützung für die lokalen Compliance-Funktionen dar.“



Jaanika Ulst
Compensa Life, Estland

Vor-Ort-Meetings. „Auf einer formalen Ebene erfolgt der Informationsaustausch zwischen meiner Abteilung und Group Compliance auf der Basis von periodischen und Ad-hoc-Berichten. Daneben ist es aber mindestens genauso wichtig, sich regelmäßig persönlich zu treffen, um Ansichten und Erfahrungen auszutauschen.“



Tomasz Gradkowski
Compensa Life & Non-Life, Polen

Newsletter. „Die Zusammenarbeit mit der Konzerneinheit basiert auf regelmäßiger und erfolgreicher Kooperation. Viele Compliance-Themen werden gemeinsam gelöst. Besonders schätzen wir den VIG Compliance Newsletter. Er bietet uns hilfreiche Informationen, v.a. hinsichtlich aktueller Initiativen auf europäischer Ebene.“



Martin Laur
Kooperativa CZ, Tschechische Republik

KURZ & GUT

Roadshow-Aktivitäten
2015

Die kontinuierliche Kommunikation mit dem Kapitalmarkt ist der VIG ein großes Anliegen. Frankfurt, London, New York und Boston waren jene Städte, in denen das Management der VIG im Rahmen von Roadshows bestehende und potenzielle Investoren getroffen hat. Dabei wurden neben der grundsätzlichen Strategie immer auch die unverändert vorhandenen Wachstumspotenziale in CEE thematisiert. Zusätzlich nutzte die VIG insgesamt elf von nationalen und internationalen Banken organisierte Konferenzen, um auch Investoren u.a. in München, Rom und Warschau über die aktuellen Entwicklungen zu informieren. Für Privatanleger gab es bei der Gewinn Messe im Oktober in Wien die Möglichkeit, Informationen zum Konzern aus erster Hand einzuholen.

Anleihen-Emission
und -Rückkauf

Am 2. März 2015 hat die Gesellschaft eine Nachranganleihe im Gesamtnennbetrag von EUR 400,0 Mio. mit einer Laufzeit von 31 Jahren begeben. Eine Kündigung durch die Gesellschaft ist erstmals am 2. März 2026 und zu jedem folgenden Kupontermin zu 100 % möglich. In den ersten elf Jahren der Laufzeit wird die Nachranganleihe mit einem Zinssatz von 3,75 % p. a. fix verzinst, danach ist die Verzinsung variabel. Die nachrangige Anleihe entspricht den Anforderungen an Tier 2 nach Solvency II. Die Anleihe notiert an der Luxemburger Börse. Im März 2015 wurden von der Gesellschaft EUR 51.983.000 Nominale der 1. Tranche der 2008 begebenen EUR 500 Mio.-Hybridanleihe sowie EUR 35.822.500 Nominale der im Jänner 2005 begebenen Ergänzungskapitalanleihe 2005–2022 rückgekauft.

Dividende

Der Konzern schüttet seit dem Börsengang 1994 jährlich eine Dividende aus. Seit der Kapitalerhöhung 2005 basiert dies auf der langjährigen Dividendenpolitik der VIG, wonach zumindest 30 % des Konzernnettogewinns (nach Minderheiten) an die Aktionäre ausgeschüttet werden. Diesem Prinzip folgt der Vorstand auch für das Geschäftsjahr 2015, in dem er den Gremien eine Dividende von 60 Cent je Aktie vorschlagen wird.

Rating bestätigt

Wie solide die Vienna Insurance Group aufgestellt ist, zeigt die Bestätigung des „A+“-Ratings mit stabilem Ausblick von der international anerkannten Ratingagentur Standard & Poor's (S&P) im Juli 2015. Die exzellente Kapitalausstattung des Konzerns übertrifft dabei sogar die von S&P definierte Richtgröße von AAA. Aufgrund ihrer Marktführerschaft in Österreich sowie Zentral- und Osteuropa wurde zudem die Wettbewerbssituation der VIG mit „sehr gut“ beurteilt. Damit verfügt die VIG weiterhin über die beste Bonität aller ATX-Unternehmen.

A+ mit stabilem
Ausblick

Chancen und Risiken der VIG-Aktie

2015 war ein unruhiges Jahr für die Aktionäre der Vienna Insurance Group, und das, obwohl der Konzern weiterhin auf einem soliden und ertragreichen Fundament steht.

Stabiles Fundament. Jeder Kurs ist eine Mischung aus Fundamentaldaten, Erwartungen, Sentiment und Technik. Das Fundament des Konzerns ist stabil wie eh und je: Die operativen Ergebnisse sind solide und die Kapitalisierung des Versicherungskonzerns wird auch von Standard & Poor's als exzellent bewertet. Die auf Ebene der börsennotierten VIG Gruppe errechnete Solvency-II-Quote liegt bei einer Größenordnung von rund 200 % und damit weiterhin im Spitzfeld international tätiger Versicherungskonzerne. Zur Tatsache, dass die VIG der größte Versicherungskonzern in Österreich und CEE ist, kommen zahlreiche positive Ergebnisbeiträge aus den Konzerngesellschaften und ein nicht zu vernachlässigendes Wachstumspotenzial in Zentral- und Osteuropa. Die dennoch negative Kursentwicklung im vergangenen Jahr sowie der

schmerzliche Kursrückgang auf unter EUR 20 Mitte März 2016 sind sowohl auf makroökonomische Entwicklungen als auch auf eine Abfolge von mehreren Ereignissen zurückzuführen, die zur kritischen Grundstimmung der Investoren und Analysten geführt haben: Abgesehen davon, dass die internationale Wahrnehmung der CEE-Region – den Wachstumsmärkten der VIG – immer wieder schwankt, war der Auslöser für die erste Abkopplung der VIG-Aktie vom Markt die Ergebnisveröffentlichung am 14. April 2015. Im Rahmen dieser Präsentation ließ das Management mit der Aussage aufhorchen, dass die negativen Auswirkungen des Niedrigzinsumfelds 2015 selbst durch weitere Verbesserungen des versicherungstechnischen Ergebnisses nicht überkompensiert werden können. Die darauf folgenden Anpassungen der Gewinnerwartungen durch die Kapitalmarktanalysten führten zur ersten deutlichen Kurskorrektur vom zuvor am 10. April 2015 erreichten Höchstkurs von EUR 42,62 auf EUR 35,50 Ende April.

Die regelmäßige Überprüfung der Zusammensetzung zweier wichtiger europäischer Indices, MSCI und STOXX, in den Monaten Mai und Juni verstärkte den Druck auf den Aktienkurs. Auf Grund einer zu geringen Marktkapitalisierung des rund 30 %-igen Streubesitzes schied die VIG-Aktie aus diesen beiden wichtigen Indexfamilien aus. Das führte zu einem technischen Kursrückgang. Viele Fonds sind sogenannte „Index-Tracker“, das heißt, sie bilden die Zusammensetzung unterschiedlicher Aktienindizes ab. Das bedeutet wiederum, dass Indexveränderungen ohne Auseinandersetzung mit der fundamentalen Entwicklung ei-

nes Unternehmens im Fonds-Portfolio übernommen werden. Der daraus resultierende Verkaufsdruck führte zu einem weiteren Abverkauf der VIG-Aktie. Diese schloss zum 1. Halbjahr 2015 mit einem Kurs von EUR 30,775, 17 % unter dem Jahresendwert von 2014.

Die generelle Nervosität der Märkte, einerseits bedingt durch Konjunktursorgen rund um China, andererseits durch die Diskussionen um die Handlungsfähigkeit der Europäischen Union angesichts der Flüchtlingskrise, belasteten im 2. Halbjahr 2015 die Aktienkurse grundsätzlich. In diesem Umfeld gab die VIG schließlich eine IT-Wertberichtigung bekannt. Im Lichte des dadurch niedrigeren Gewinns gab es die ersten Anzeichen und Befürchtungen, dass dies auch Auswirkungen auf die Dividendenausschüttung der VIG haben könnte. Hinzu kam gegen Jahresende der für den Markt unerwartete Managementwechsel. Die Aktie der VIG fiel am 14. Dezember 2015 auf den Tiefststand des letzten Jahres von EUR 24,91.

Start mit Gegenwind. Der Start ins Börsenjahr 2016 stand wieder im Zeichen von Befürchtungen, die chinesische Wirtschaft könnte in Schwierigkeiten geraten. In diesem Marktumfeld gab der Kurs der VIG-Aktie Mitte Jänner bis auf

knapp EUR 22 weiter nach. Die Veröffentlichung des vorläufigen Gewinns vor Steuern, der von den Auswirkungen des Niedrigzinsumfelds und auch durch weitere Impairments auf immaterielle Vermögensgegenstände belastet wurde, führte nochmals zu einer deutlichen Kurskorrektur. Die langjährige Dividendenpolitik der VIG, wonach mindestens 30 % des Nettokonzerngewinns nach Minderheiten ausgeschüttet werden, wurde beibehalten. Für das Geschäftsjahr 2015 schlägt der Vorstand den Gremien eine Dividende von 60 Cent pro Aktie vor. Dies entspricht einer Ausschüttungsquote von rund 78 %.

Ausblick. Das Niedrigzinsumfeld wird auch 2016 eine große Herausforderung für die VIG bleiben. Dennoch strebt die Gruppe mindestens die Verdoppelung des Vorsteuerergebnisses 2015 an und plant einen Gewinn vor Steuern 2016 von bis zu 400 Millionen Euro.

Mittelfristig soll auch die Combined Ratio der VIG, eine wichtige Profitabilitätskennzahl im Bereich der Schaden- und Unfallversicherung, in Richtung von 95% verbessert werden.

Die Darstellung der Chancen und Risiken in der Geschäftsentwicklung des Konzerns werden weiter im Fokus der Kommunikation stehen. Es gilt, sukzessive das Vertrauen des Marktes zurückzugewinnen.

Technischer Kursrückgang durch Ausscheiden aus MSCI und STOXX.

Das Fundament des Konzerns ist stabil wie eh und je.

DIE VIG EQUITY STORY

**Marktführer
in Österreich und CEE**

**Langfristiges
Wachstumspotenzial**

**Erfolgreiches Geschäftsmodell:
Breite 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

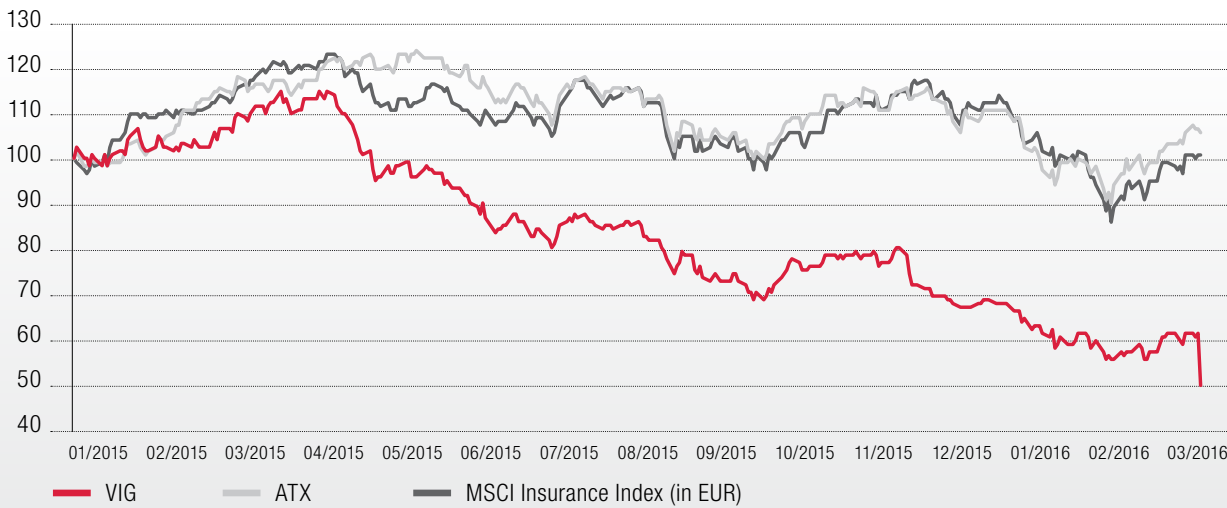
Leiterin Investor Relations

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 2015 bis 17. März 2016



KENNZAHLEN – VIENNA INSURANCE GROUP (VIG)

		2015	2014	2013
Kennzahlen zur Aktie				
Marktkapitalisierung	EUR Mio.	3.237,12	4.746,24	4.636,80
Durchschnittliche Zahl gehandelter Aktien pro Tag	Stück	rd. 147.000	rd. 65.000	rd. 64.000
Durchschnittlicher Börsenumsatz pro Tag (Einfachzählung)	EUR Mio.	6,8	3,1	3,0
Ultimokurs	EUR	25,290	37,080	36,225
Höchstkurs	EUR	42,620	40,070	42,810
Tiefstkurs	EUR	24,910	33,800	34,260
Aktienperformance des Jahres (ohne Dividende)	%	-31,80	2,36	-10,28
Dividende je Aktie	EUR	0,60 ¹⁾	1,40	1,30
Dividendenrendite	%	2,37	3,78	3,59
Ergebnis je Aktie ²⁾	EUR	0,66	2,75	1,57
KGV 31. Dezember		38,32	13,48	23,08

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

VIG-AKTIE IM ÜBERBLICK

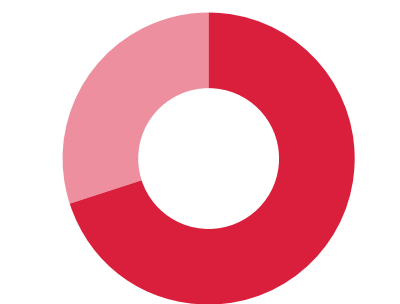
Erstnotiz (Wien)	17. Oktober 1994
Erstnotiz (Prag)	5. Februar 2008
Anzahl Stammaktien	128 Mio. Stück
Streubesitz	rund 30 %
ISIN	AT0000908504
Wertpapierkürzel	VIG
Bloomberg	VIG AV / VIG CP
Reuters	VIGR.VI / VIGR.PR
Rating – Standard & Poor's	A+, stabiler Ausblick

FINANZKALENDER^{*)}

Hauptversammlung	13. Mai 2016
Ex-Dividenden-Tag	18. Mai 2016
Record Date	19. Mai 2016
Dividenden-Zahltag	20. Mai 2016
Ergebnis 1. Quartal 2016	24. Mai 2016
Ergebnis 1. Halbjahr 2016	23. August 2016
Ergebnis 1.–3. Quartal 2016	22. November 2016

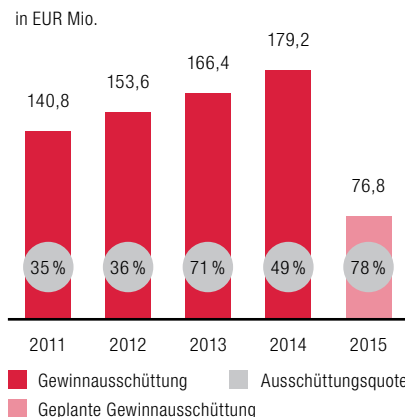
^{*)} Vorläufige Planung

VIG-AKTIONÄRSSTRUKTUR

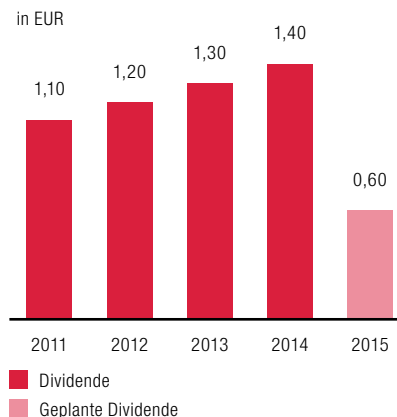


■ rd. 70 % Wiener Städtische Versicherungsverein
■ rd. 30 % Streubesitz

GEWINNAUSSCHÜTTUNG



DIVIDENDE JE AKTIE



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/GB2015



EXPERTENCHECK



„Gibt es einen CEE-Bonus?“

Friedrich Mostböck
Head of Group Research, Erste Group

2009, am Höhepunkt der internationalen Finanzkrise, wurde das Schreckgespenst einer Pleite Österreichs und zentral- und osteuropäischer Staaten an die Wand gemalt. Medien, Ökonomen, Ratingagenturen und sogar der Internationale Währungsfonds (IWF) verbreiteten diese Sichtweise. Dies basierte auf der irrigen Annahme, dass das ausgegebene Gesamtkreditvolumen österreichischer Banken (inkl. CEE) im Vergleich zum österreichischen Bruttoinlandsprodukt zu hoch sei.

Natürlich sind heimische Finanzinstitute massiv in CEE engagiert. In der Bewertung des Kreditvolumens hat man allerdings vergessen, auch die Wirtschaftsleistung der jeweiligen CEE-Staaten zu berücksichtigen. Darüber hinaus waren und sind Kredite nicht nur durch österreichische Spareinlagen (was zu wenig gewesen wäre), sondern auch durch lokale Einlagen in den CEE-Ländern gedeckt. Eine grobe Fehleinschätzung, welche sich im Nachhinein als haltlos erwies. Der IWF entschuldigte sich, der Schaden aber war enorm. Aus einem CEE-Bonus für die heimische Wirtschaft wurde ein gefühlter Osteuropa-Malus.

„Ist der Ruf mal ruiniert ...“ – diese Redewendung passt für CEE definitiv nicht. Es dauerte aber Jahre, mit Fakten zu überzeugen und verlorenes Vertrauen zurückzugewinnen. Natürlich sind Wachstumsraten auch hier auf moderatem Niveau. CEE wächst aber im Schnitt doppelt so schnell wie die Eurozone. Zuwächse wie vor der Krise wären aber auf lange Sicht auch nicht zu halten gewesen. So gesehen hatte die Krise eine reinigende Wirkung.

Faktum ist jedoch, dass die aktuelle Situation Österreich und CEE nachhaltig begünstigen sollte. Dafür spricht, dass es praktisch keine direkten Relationen zu in Schwierigkeiten geratenen Schwellenländern wie China oder Brasilien gibt und schwache Öl- und Rohstoffpreise die industrielle Produktion begünstigen. Eine leicht positive konjunkturelle Belebung in Westeuropa und ein niedriger Euro sollten zudem weitere positive Effekte auf die Exportwirtschaft haben.

In Summe manifestiert sich ein CEE-Bonus nicht nur in einer Ausweitung der Geschäftsbasis, sondern infolge der Vielfalt der unterschiedlichen Länder auch in höherer wirtschaftlicher Diversifikation und aufgrund des intakten Aufholpotenzials in einem höheren durchschnittlichen Wachstum der gesamten Region.

IM GESPRÄCH



„Langfristiges Denken liegt uns im Blut.“

Petra Ringler
CSR-Verantwortliche

Welchen Stellenwert hat CSR für eine Versicherung?

Als Versicherungsunternehmen versprechen wir unseren Kunden, eine klar definierte Leistung in der Zukunft zu erbringen. Wenn wir an die Lebensversicherung oder die Krankenversicherung denken, dann sprechen wir von einem Zeitraum von 30 oder sogar 60 Jahren. Langfristiges Denken liegt uns sozusagen im Blut, da es Teil unseres Kerngeschäfts ist.

Welche CSR-Themen sind für die VIG besonders wichtig?

Zum einen sind das Themen im Mitarbeiterbereich, Diversität, Fairness, Umweltbelange oder auch die Förderung von Sozial- und Kultureinrichtungen. Zum anderen müssen wir CSR meines Erachtens noch viel stärker in unser Kerngeschäft integrieren. Wie können wir unsere Kunden bei ihren Sicherheits- und Vorsorgebedürfnissen noch besser unterstützen? Wie gehen wir als Versicherungskonzern mit dem demografischen Wandel oder immer häufiger auftretenden Naturkatastrophen um? Das sind zentrale Fragestellungen, die auch die Produktgestaltung unserer Konzerngesellschaften und natürlich auch unsere Unternehmensstrategie sehr stark beeinflussen.

Wo sehen Sie für die nächsten Jahre darüber hinaus weiteren Handlungsbedarf?

Mit vielen Themen setzen wir uns schon lange intensiv auseinander. Nun gilt es, ein tragfähiges Dach für diese vielfältigen Maßnahmen zu errichten und unsere Vorhaben nach außen stärker zu kommunizieren. Dabei ist es uns ein besonderes Anliegen, dass wir bei der Ausrichtung unserer CSR-Agenden unsere Kunden, Mitarbeiter und Geschäftspartner strukturiert einbinden, sie aktiv fragen, welche Themen für sie wichtig sind. Denn was bringen unsere besten Ambitionen und Absichten, wenn sie am eigentlichen Ziel – zufriedene Kunden, Mitarbeiter und Aktionäre – vorbeiführen?

Das gesamte Interview finden Sie unter: www.vig.com/CSR_Interview



Patrick Göttlicher
Betrieb-Sonderaufgaben
InterRisk, Deutschland



Goran Kesic
Vertrieb
Wiener Städtische Osiguranje, Serbien



Barbara Grötschnig
Group Sponsoring
VIG Holding, Österreich



Daniela Michalichová
Marketing
Komunalna, Slowakei

Kompetent, verantwortungsvoll, bunt: die Menschen hinter der Vienna Insurance Group.

Verantwortung nach außen und nach innen

Unser Engagement endet nicht an der Bürotür. Wir packen an und helfen aktiv auch jenseits des beruflichen Alltags. Die VIG fördert ihre Mitarbeiter nicht nur fachlich, sondern trägt auch durch soziale Initiativen zu einer persönlichen Weiterentwicklung bei.

In der VIG gibt es eine lange Tradition des sozialen Engagements. Aus diesem Grund werden aktiv Sozialprogramme und Projekte initiiert und gefördert, die jenen gewidmet werden, die vom Leben weniger begünstigt sind.

Soziales Engagement leben. Besonders erwähnenswert ist der Social Active Day, der bereits seit dem Jahr 2011 besteht und für den die VIG jedem Mitarbeiter einen Arbeitstag pro Jahr für entsprechende Initiativen zur Verfügung stellt. Die Bandbreite an Projekten und Sozialeinrichtungen, für die sich die Mitarbeiter einsetzen, ist vielfältig und regional sehr unterschiedlich. Rund 4.000 VIG-Mitarbeiter setzten im Jahr 2015 ein starkes Zeichen für mehr En-

gagement, Nächstenliebe und Solidarität. Einer von ihnen war **Patrick Göttlicher**. Er stellte sein organisatorisches Talent der „Wiesbadener Tafel“ zur Verfügung und half dabei, weniger begünstigten Kindern und ihren Familien sowie Senioren ohne Bezugsperson eine Schifffahrt auf dem Rhein zu ermöglichen. Und auch für den gebürtigen Serben **Goran Kesic** stand außer Frage, bei der Sanierung von Häusern für Familien mit krebserkrankten Kindern im Rahmen des Projektes NURDOR zu helfen.

Um diesen gesellschaftlichen Beitrag auch innerhalb des Konzerns zu würdigen, wird mit Unterstützung des Wiener Städtischen Versicherungsvereins, dem Hauptaktionär der VIG, jährlich der Günter Geyer Award verliehen. Im Jahr

2015 wurde in diesem Rahmen u.a. die slowakische Komunalna für ihr soziales Engagement mit dem 3. Platz ausgezeichnet, und mit ihr **Daniela Michalichová**, Marketing-Leiterin des Unternehmens. Sie ist dort hauptverantwortlich für das Projekt „Child friendly Community“, in dessen Rahmen u.a. Sozialarbeiter ausgebildet werden, um die Bedürfnisse und Probleme von Jugendlichen besser erkennen und verstehen zu können.

Barbara Grötschnig, Leiterin des VIG Group Sponsorings, zeichnet mit ihrem engagierten Team für sämtliche Konzernaktivitäten in den Bereichen Soziales und Kulturelles verantwortlich: Neben der Koordination des Social Active Day zählen dazu auch die jährliche Ringturmverhüllung der VIG-Konzernzentrale, das

Gustav Mahler Jugendorchester

Die Vienna Insurance Group sponsert das Gustav Mahler Jugendorchester, das als führendes Jugendorchester weltweit gilt. Die Talenteschmiede für europäische Orchestermusiker fördert das gemeinsame Musizieren junger österreichischer Musiker mit Kollegen aus ganz Europa, darunter traditionell viele Musiker aus Zentral- und Osteuropa. Alljährlich bewerben sich mehr als 2.000 junge Menschen, aber nur die Besten können nach einem strengen Auswahlverfahren zu den Orchesterprojekten eingeladen werden. Die VIG unterstützt das Gustav Mahler Jugendorchester bereits seit vielen Jahren und fördert so grenzüberschreitendes Verständnis und Chancengleichheit.

Ringturmverhüllung

Zu seinem 60-jährigen Jubiläum wurde aus der Unternehmenszentrale, dem Ringturm, wieder ein Kunstturm. Mit dem Werk „Sommerfreuden“ der kroatischen Künstlerin Tanja Deman setzte der Wiener Städtische Versicherungsverein die traditionelle Verhüllung des Ringturms zum achten Mal fort. Neben der Künstlerin selbst nahmen zahlreiche kunstinteressierte Gäste am Eröffnungsereignis teil.



WIENER STÄDTISCHER VERSICHERUNGSVEREIN/ROBERT NEUWALD

VIG Kids Camp

Bereits zum sechsten Mal fand das VIG Kids Camp statt, welches vom Hauptaktionär der VIG, dem Wiener Städtischen Versicherungsverein, veranstaltet wird. 500 Kinder von VIG-Mitarbeitern aus 22 Nationen erlebten dort eine unvergessliche Zeit: Abenteuer, Spannung und soziales Engagement bildeten dabei wieder den Mittelpunkt. Bei den Kindern der drei Camps, dem „City Camp“ in Strebersdorf, dem „Country Camp“ in Wagrain und dem „Mountain Camp“ in Mariazell, stand an einem Tag eine soziale Aktivität im Vordergrund. Dafür wurden Lieder geprobt, Tänze einstudiert und in einer Einrichtung für Senioren aufgeführt. Die Kinder sangen und tanzten, sehr zur Freude der Zuhörer.



Stela Šeperić
Aktuarin
Wiener Osiguranje, Kroatien



Enid Minarolli
Vorstand
Sigma Interbalkanian, Albanien



Jiří Pařík
Rechtsabteilung
Kooperativa, Tschechische Republik



Judit Pécsi
Personalmanagement
Union Biztosító, Ungarn

IM GESPRÄCH



„Der Mensch steht bei uns im Mittelpunkt.“

Birgit Moosmann
Leitung Personalmanagement

Was sind Ihre Aufgaben bei der VIG?

Meine Arbeit besteht darin, konzernweite Initiativen und Impulse zu setzen, um durch diese Angebote einen Rahmen für die lokalen Personalverantwortlichen zu bieten. Die Konzerngesellschaften sind eigenständig für die Ausrichtung, zum Beispiel von örtlichen Weiterbildungsmaßnahmen, verantwortlich, denn sie kennen die Rahmenbedingungen vor Ort am besten.

Was macht die VIG zu einem interessanten Arbeitgeber für Jobsuchende?

Wir bieten eine Vielzahl von Möglichkeiten und Perspektiven. Bei unserem umfangreichen Aus- und Weiterbildungsangebot stehen gruppenweite Zusammenarbeit und internationale Erfahrungen im Vordergrund. Die Fortbildungen erstrecken sich über alle Bereiche, bis hin zur systematischen Förderung von Expertenkarrieren und der Entwicklung von Führungskräften. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können sich über die Ländergrenzen hinweg austauschen und entwickeln ein Verständnis für unterschiedliche Kulturen und lokale Marktbedingungen.

Was ist Ihnen in Ihrer Arbeit besonders wichtig?

Der Mensch steht bei uns klar im Mittelpunkt, denn unser Erfolg beruht auf unseren 23.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Nur gemeinsam können wir auch weiterhin unseren Kunden in den 25 Ländern exzellenten Service bieten. Uns zeichnet dabei besonders aus, dass unser VIG-Team motiviert, bunt und kompetent ist sowie viele Sprachen spricht.

Welche Schwerpunkte gibt es für die Zukunft?

Wir möchten auch weiterhin die Diversität innerhalb der VIG fördern und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Chancen in ihrer Entwicklung aufzeigen. Wir haben den Anspruch, jeden Tag noch besser zu werden, um auch in Zukunft die klügsten Köpfe für unser Unternehmen zu gewinnen – und zu halten.

VIG Kids Camp oder Initiativen, die der Flüchtlingshilfe zugutekommen, um nur einige zu nennen.

Grenzenloses Lernen. In der VIG wird Verantwortung und Solidarität gepaart mit bestmöglicher Unterstützung der eigenen Mitarbeiter. Neben dem respektvollen Umgang über alle Mitarbeitererebenen hinweg, gilt es, Karriere-möglichkeiten aufzuzeigen und Potenziale zu erkennen und zu fördern.

Ein wesentliches Element der Personalentwicklung ist das Mobilitätsprogramm, in dem Nachwuchstalente praxisorientierte Einblicke in Prozesse, Richtlinien und Standards der verschiedenen Abteilungen und Konzerngesellschaften erhalten. Diese Erfahrung hat auch **Stela Šeperić** gemacht. Sie ist Aktuarin der Wiener Osiguranje in Kroatien und war im Zuge des Mobilitätsprogramms in Wien. „Ich kehre mit mehr Wissen, einem erweiterten beruflichen Netzwerk und jeder Menge positiver Eindrücke nach Kroatien zurück“, fasst Šeperić ihre Erfahrungen zusammen.

Jiří Pařík hat ebenfalls am Mobilitätsprogramm teilgenommen. Der Einstieg in die VIG Konzerngesellschaft Kooperativa in der Tschechischen Republik gelang ihm

aber über das dortige einjährige Trainee Programm. „Ich konnte das Unternehmen in all seinen Facetten kennenlernen – diese wertvolle Erfahrung wird meine weitere Arbeit positiv begleiten“, so Pařík.

Potenziale erkennen, fördern und nutzen. Neben der Schulung der Mitarbeiter wird Augenmerk auf die Weiterentwicklung der Führungskräfte gelegt. In unterschiedlichen Trainingsangeboten werden sowohl fachliches Know-how als auch persönliche Weiterentwicklung vermittelt. Ein zentrales Programm in diesem Zusammenhang ist das International Management Development Programme for High Potentials and Young Managers (IMDP), das in Kooperation mit der renommierten Zepelin Universität in Friedrichshafen entwickelt wurde. Daran teilgenommen

hat unter anderem **Enid Minarolli**, der erst kürzlich in den Vorstand der Sigma Interbalkanian berufen wurde.

„Das Programm fördert Out-of-the-box-Denken, um bestens für gegenwärtige und zukünftige Herausforderungen der Versicherungsbranche gerüstet zu sein. Der experimentelle Zugang und der fachliche Austausch mit meinen Kolleginnen und Kollegen innerhalb der Gruppe waren für mich besonders

bereichernd“, meint Minarolli über das Programm.

Experten im Fokus. Ein Teil des VIG-Kompetenzmodells rückt wiederum die Zielgruppe der Experten in den Fokus und bietet damit eine Alternative zur klassischen Managementkarriere. **Judit Pécsi**, HR-Leiterin der Union Biztosító, ist wesentlich für die Einführung der Expertenkarriere in den drei ungarischen Konzerngesellschaften verantwortlich. „Wir wissen, welche tragende Rolle unsere Experten für den Unternehmenserfolg spielen. Mit der Implementierung des Expertenberufsbildes können wir dieser Berufsgruppe klare Entwicklungs- und Karriereperspektiven bieten“, erklärt Pécsi.

Die VIG ist immer auf der Suche nach motivierten Menschen, die uns mit Mut und Engagement auf unserem Erfolgsweg begleiten und zur bunten Vielfalt, die den Konzern Vienna Insurance Group ausmacht, beitragen.

MEHR ZUM THEMA

Erfahren Sie mehr über die Bedeutung von CSR im Konzern und die unzähligen spannenden Facetten, die die VIG als Arbeitgeber zu bieten hat, unter: www.vig.com

Mobilität als wesentliches Element.

Silber bei Best Recruiters

Bereits zum zweiten Mal wurde die VIG Holding von Career's Best Recruiters mit dem Silber-Gütesiegel ausgezeichnet. Im Rahmen dieser Studie werden jedes Jahr rund 500 österreichische Unternehmen bewertet. Wie präsentieren sich die Unternehmen, wie sprechen sie Interessierte an und wie gehen sie mit ihnen um? Die Auszeichnung unterstreicht die Umsetzung der Personalmanagement-Strategie, die VIG als „Employer of Choice“ zu positionieren. Der Einsatz des VIG-Personalmanagement-Teams wurde in Bezug auf den Auftritt bei Karriere-Events, Karriere-Seiten im Internet und das hohe Maß an Service beim Bewerbermanagement erneut bestätigt.



Georgien: GPI setzt HR-Trends

Die Personal- und Marketingabteilung der georgischen Konzerngesellschaft GPI organisierten im Jahr 2015 eine exklusive Konferenz für die Personalleiter und CEOs ihrer Firmenkunden aus insgesamt 80 Unternehmen. Unter den Vortragenden befanden sich zahlreiche georgische und internationale Experten. Die GPI konnte sich damit in Georgien als Vorreiter im Bereich Personalmanagement und als starker Businesspartner positionieren. Unter anderem wurde das VIG-Kompetenzmodell, welches die Entwicklung strategischer Zielgruppen unter den Mitarbeitern in den Vordergrund stellt, präsentiert. Die Veranstaltung fand bei allen Teilnehmern wie auch Medien großen Anklang.

~60% Frauenanteil

Frauenpower

Die VIG beschäftigte 2015 durchschnittlich 23.000 Mitarbeiter – etwa 56 % im Vertriebsaußendienst und ca. 44 % in der Verwaltung. Konzernweit beträgt der Frauenanteil rund 60 %. Innerhalb der Vorstandsgremien der VIG-Versicherungsgesellschaften beträgt er etwa 22 %, in der darunterliegenden Führungsebene ca. 40 %.

IM GESPRÄCH



KORNEL STADLER

„Die Branche entwickelt virtuelle Kanäle, die ein Sicherheitsgefühl gewährleisten.“

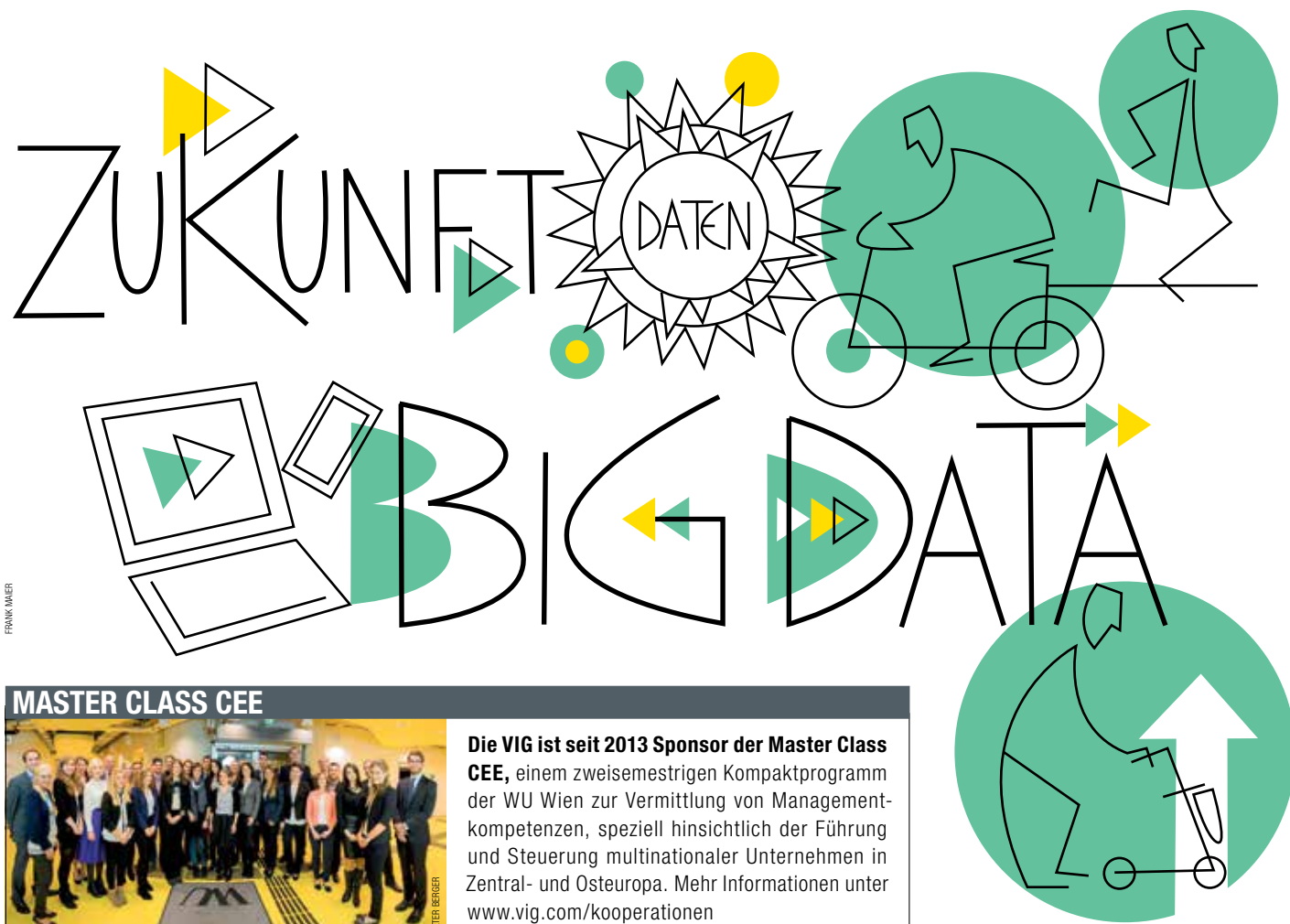
Tomasz Borowski
Generalsekretär Compensa, Polen

Die Studierenden der Master Class CEE betonen die Wichtigkeit von Sicherheit in der virtuellen Welt. Was heißt das für Versicherungen? Technologie wird zunehmend mehrdimensional. Mit Smartphones wird nicht nur telefoniert, sondern eingekauft, ferngesehen und bezahlt. Die Muster der Kommunikation und Produktdistribution verändern sich und Versicherungen müssen sich dem stellen. Personalisierte Produkte auf eine unkomplizierte Art und Weise anbieten und an einem Ort, zu einer Zeit, die der Kunde bestimmt. Die Branche ist dabei, virtuelle Kanäle zu entwickeln, die ein echtes Sicherheitsgefühl gewährleisten. Wir stehen aber erst am Beginn dieser Entwicklung, und es gibt ein großes Potenzial, virtuelle Risiken zu versichern.

Wie stehen Sie zu den ethischen Konflikten, die von den Studierenden angesprochen wurden? Bei den neuen Technologien geht es immer um Datentransfer – zu und vom Kunden. Das ist ein Austausch: Information gegen Service. Je besser man den Bedarf versteht, desto besser kann ein Produktangebot sein. Das gilt auch für Versicherungen. Es ist allerdings der Kunde, der entscheidet, ob er Daten weitergibt oder nicht und es ist unsere Aufgabe, damit sehr sorgfältig umzugehen.

Wie können Versicherungen den zunehmenden Bedarf an Mobilität befriedigen? Das Versicherungsgeschäft ist heute schon sehr international und folgt seinen Kunden, wo immer diese hingehen. Das reicht von der grenzüberschreitenden Kfz-Versicherung bis hin zur medizinischen Absicherung im Ausland. Wissend, dass der Mobilitätsgrad zukünftig steigt, entwickeln Versicherungen digitale Kanäle, damit Kunden jederzeit und überall die Versicherung ihrer Wahl abschließen können.

Welche Antworten haben die polnischen Konzerngesellschaften auf die erwähnten Zukunftstrends? Wir haben vor allem in moderne IT-Lösungen investiert. Bei der Skandia haben wir beispielsweise Smartphone-Apps zur Polizzenverwaltung und ein personalisiertes Asset-Management-Programm. Die nun mit der Compensa fusionierte Benefia hat eine Lösung entwickelt, wo über einen QR-Scan eine Kfz-Polize innerhalb weniger Minuten ausgestellt werden kann. Die Compensa konzentriert sich auf digitale Verkaufsunterstützung. Dort können die Vertriebsmitarbeiter Polizzen über ihr Smartphone oder das Tablet ausstellen. Wir sehen, dass unsere Kunden unsere Innovationsambitionen sehr schätzen.



FRANK WÄGER

MASTER CLASS CEE



PETER BERGER

Die VIG ist seit 2013 Sponsor der Master Class CEE, einem zweisemestrigen Kompaktprogramm der WU Wien zur Vermittlung von Managementkompetenzen, speziell hinsichtlich der Führung und Steuerung multinationaler Unternehmen in Zentral- und Osteuropa. Mehr Informationen unter www.vig.com/kooperationen

Wir werden Sicherheit & Stabilität brauchen

Wie stellt sich die Jugend von heute das Leben von morgen vor? Genau das wollte die VIG von Studierenden aus Österreich und der CEE-Region erfahren und hat sie zu ihren Erwartungen im Hinblick auf zukünftige Trends des digitalen Zeitalters befragt.

Was haben der Kabarettist Karl Valentin, der Schriftsteller Mark Twain und der Naturwissenschaftler Niels Bohr gemeinsam? Jeder dieser Persönlichkeiten wird die folgende Aussage zugeordnet: „Prognosen sind schwierig, besonders wenn sie die Zukunft betreffen.“ Dennoch ist es unerlässlich, sich damit zu beschäftigen. Manche Entwicklungen zeichnen sich bereits am Horizont ab, manche werden uns überraschen.

Technologie treibt das Sicherheitsbedürfnis. Die Studierenden der „Master Class CEE“ sehen optimistisch in ihre Zukunft. In zwanzig Jahren wird die Welt nicht im Chaos versunken sein, sondern sich, befeuert durch rasanten technologischen Wandel, stark weiterentwickelt haben. Die meisten der Studierenden schätzen ihr Sicherheitsbedürfnis in zwanzig Jahren höher ein als heute. „Ich denke, das Sicherheitsbedürfnis wird in Relation zu technologischen Trends steigen“, so die Österreicherin Katharina Haramia.

Eine wesentliche Entwicklung lässt sich unter dem Stichwort „Smart Living“ zusammenfassen. „Dinge des täglichen Lebens werden miteinander verbunden sein und mit dem Smartphone, als ‚Lebensfernsteuerung‘, permanent kontrol-

liert und gesteuert“. stellt sich die Ungarin Dora Jokkel die Zukunft vor. Es entsteht eine Quasi-Einheit zwischen Mensch und Smartphone. „Während ich noch im Bett liege, könnte ich meiner Kaffeemaschine über das Smartphone den Auftrag geben, einen Kaffee zu machen“, meint die Österreicherin Bernadette Neumayer. Und das nicht etwa mühsam über eine SMS oder ein App – nein, das Smartphone lässt sich über Gedanken bedienen.

Big Data. Häuser, Autos, Freundschaften – alles wird künftig „smart“, also interdependent verbunden sein. Die Digitalisierung wird in alle Lebensbereiche Einzug halten. Neumayer: „Einerseits kann das unser Leben einfacher machen, andererseits macht uns das verletzlicher“. Und zwar dort, wo es um die Sicherheit dieser Unmengen von Daten geht, um diese vor Cyberkriminalität zu schützen.

Das wird in einem höheren Bedürfnis nach Sicherheit in der virtuellen Welt resultieren, und ein neues Geschäftsfeld für Versicherungen bieten. „Immer wenn ich das Haus verlasse, gehe ich im Kopf meine Checklist durch: Schlüssel, Geldbörse, Mobiltelefon. In zwanzig Jahren werden diese drei zu einem gemein-

samen Smartphone verschmolzen sein, mit dem ich meine Rechnungen bezahle und meine Wohnung aufsperrte. Deshalb möchte ich sicher gehen, dass meine Daten gesichert und versichert sind“, meint Stefanie Bohacek aus Österreich.

Andererseits könnten sich Versicherungen die große Menge an Daten zunutze machen, um Kundenbedürfnisse genau zu eruieren und maßgeschneiderte Produkte anzubieten. Überhaupt wird angenommen, dass die Produkte künftig um vieles individueller und personalisierter sind. Ein gewisser Widerspruch, denn auf der anderen Seite wird erwartet, dass Versicherungen künftig ganz simpel über das Smartphone abgeschlossen, verwaltet, deaktiviert und wieder eingeschaltet werden können. Eine digitale Abwicklung bedarf jedoch eines bestimmten Niveaus an Standardisierung.

Mobilität. Zunehmende Bedeutung wird den Themen Reisen und Mobilität beigemessen: „Ich glaube, dass das regelmäßige Reisen von einem Kontinent zum nächsten so üblich sein wird, wie heute die Straßenbahn zu benutzen. Darauf müssen Versicherungen mit flexiblen, individuellen Versicherungsprodukten reagieren“, so Jokkel. „Mein persönlicher Eindruck ist, je ‚grenzloser‘ wir werden, desto mehr Sicherheit werden wir brauchen“, meint die Slowakin Lukrecia Maljarova.

INNOVATION UND VERLÄSSLICHKEIT

PRODUKTE UND SERVICES AM PULS DER ZEIT

Wandel ist ein Merkmal unserer Zeit. Auch die Angebote einer Versicherung müssen neue Verhaltensweisen, steigenden Lebensstandard und geänderte Gewohnheiten widerspiegeln. Dieser Querschnitt zeigt, wie schnell und innovativ die VIG ihr Produktportfolio erweitert.

Beratung via Video-Telefonie. Neben der völligen Erneuerung der App-Welt setzt die Wiener Städtische in Österreich mit ihrem innovativen Videoberatungsservice neue Maßstäbe in der Kundenkommunikation. Über die Website der Wiener Städtischen kann die Videoberatung entweder sofort gestartet oder ein Beratungstermin vereinbart werden. Kundenseitig wird hierzu nur ein PC oder Laptop benötigt, der mit Mikrophon und Kamera ausgestattet ist. Für Kunden, die das Angebot zur Beratung von einem mobilen Gerät aus nutzen möchten, stehen kostenlose Apps zur Verfügung.

Mobile Applikation für Notfälle. Die slowakische VIG-Konzerngesellschaft Kooperativa entwickelte eine mobile Lösung mit dem Namen „Help App“. Sie bietet ihren Kunden in Notfällen praktische Hilfe. Dank der „Help App“ weiß der Benutzer, wie er beispielsweise nach einem Verkehrsunfall, einem Diebstahl oder einer Naturkatastrophe vorzugehen hat. Eine praktische Hilfe, um im Notfall das Richtige zu tun.

Digitale Signatur – mehr Komfort, weniger Papier. Dem digitalen Zeitalter entsprechend hat die tschechische Kooperativa die Möglichkeit einer digitalen Signatur mit biometrischen Eigenschaften geschaffen. Die Kunden profitieren von einer bequemen Abwicklung ihres Schriftverkehrs, die Umwelt von weniger Papierverbrauch.



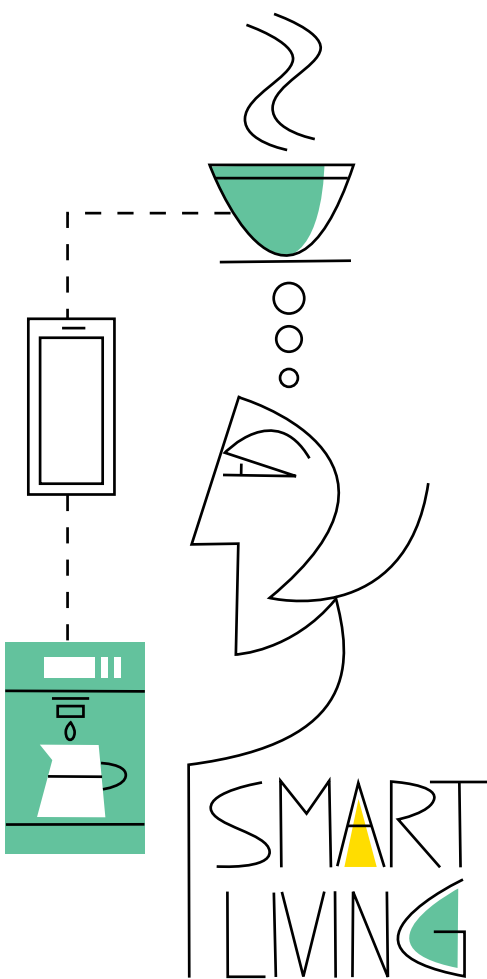
Einmaliger Schutz für Kinder. Die Komunálna offeriert ein auf dem slowakischen Versicherungsmarkt einmaliges Produkt: Unter dem Namen Provital Junior bietet es Kindern einerseits eine Unfallversicherung, andererseits eine Vorsorge für die Zeit der Volljährigkeit – etwa zur Finanzierung eines Studiums, einer Hochzeit oder dem Kauf eines Eigenheims.

Flexible Reiseversicherung per SMS. Die Union Biztosító in Ungarn bietet in Zusammenarbeit mit lokalen Mobilfunkanbietern eine Reiseversicherung an, die per SMS abgeschlossen werden kann. Sobald sich der Handy-User in einem ausländischen Mobilfunknetz befindet, erhält er eine SMS mit der Frage, ob er eine Reiseversicherung abschließen möchte. Der Abschluss erfolgt via Antwort-SMS. Abgerechnet wird über die Handy-Rechnung. Einfacher geht's nicht.

Das Krebsrisiko im Fadenkreuz. Dem wachsenden Krebsrisiko will auch die österreichische Donau Versicherung gerecht werden. Die neue Krebsversicherung bietet eine sofortige Leistung bei der Diagnose einer bösartigen Krebserkrankung. Der Versicherte kann sich zusätzlich eine medizinische Zweitmeinung von international renommierten Experten einholen. Damit können Behandlungschancen nachweislich verbessert werden.



Kfz-Versicherung via Handy. Die polnische VIG-Konzerngesellschaft Skandia ermöglicht es ihren Kunden, über eine mobile App bedienerfreundlich und unbürokratisch eine Kfz-Versicherung abzuschließen. Eine weitere mobile Lösung bietet einen umfassenden Überblick über alle bestehenden Policen. Skandia ist in Sachen Digitalisierung einer der innovativsten Versicherer in Polen.



Ethische Herausforderungen. Ein Thema mit steigender Relevanz ist die Überalterung der Gesellschaft. Diese wird den Trend zu privater Pensionsvorsorge befeuern, weil das staatliche Pensionssystem an seine Grenzen stößt. Auch die medizinische Vorsorge und Versorgung wird im Kontext der Versicherung an Bedeutung gewinnen. Das wird die Versicherungsindustrie aber gleichzeitig vor wichtige ethische Fragen stellen. Wie werden sie mit den neuen Möglichkeiten im Bereich genetischer Analyse umgehen? Wird sie Kunden wegen der Ergebnisse genetischer Tests ablehnen oder Kunden verpflichten, solche zu machen, um auf Basis der Ergebnisse die Prämien zu berechnen? Gleichzeitig könnten Kunden in zwanzig Jahren wissen, woran sie zukünftig erkranken werden. „Das könnte die Idee der Versicherung gefährden, wenn sich nur mehr jene versichern, die auch wissen, dass sie wahrscheinlich erkranken“, so Hannah Kofler aus Österreich.

Eine Herausforderung werden auch „Fitness Tracker“ darstellen. Armbänder, die jeden Aspekt des täglichen Lebens aufzeichnen: sportliche Aktivität, Schlaf, Bewegungsmuster, etc. Wird es vermehrt Versicherungstarife geben, die das Nutzen eines solchen Trackers belohnen oder Rabatte bei einer Mindestanzahl von Schritten je Monat gewähren? Versicherungen werden daran gemessen werden, wie sie mit der Frage nach der Sicherheit genau dieser Daten umgehen.

Dass Versicherungen obsolet werden, scheint ganz undenkbar. Es braucht diese Einrichtungen, die Risiken übernehmen und das sich ohnedies immer schneller weiterentwickelnde Leben absichern und ein bisschen berechenbarer machen. „Das Bedürfnis nach Sicherheit und Stabilität wird so stark sein, dass Versicherungen in Zukunft nicht einfach etwas sein werden, was man gerne hätte, sondern etwas, das man im tagtäglichen Leben unbedingt benötigt“, fasst die Slowakin Juliana Pivovarnikova das Thema zusammen.

INNOVATIONSFÜHRERSCHAFT ALS ZIEL

Digitalisierungsoffensive der Wiener Städtischen



Gerhard Hopfgartner, Marketingleiter der Wiener Städtischen, im Gespräch

Die Wiener Städtische ist in Bewegung. Die Digitalisierungsstrategie wird konsequent fortgesetzt. Angefangen bei der Neugestaltung der Website über totale Erneuerung der App-Welt bis hin zum Thema Onlineversicherung. Dabei steht ein Ziel klar im Vordergrund – digitale Fitness zu schaffen und den technischen Wandel mitzugestalten.

Was ist onlinestrategisch für Ihre Kunden weiter zu erwarten?

Um dem Wunsch unserer Kunden nach mehr Onlinekommunikation gerecht zu werden, haben wir eine neue Online-Produktpalette aufgestellt, eine professionelle Videoberatung und eine App-Welt entwickelt. Dadurch konnten wir unsere Innovationsführerschaft weiter stärken. Wir werden auch zukünftig unsere digitalen Themen vorantreiben und proaktiv verfolgen. So wurden beispielsweise unsere Außendienstmitarbeiter bereits mit neuen Laptops mit Touchbildschirmen ausgestattet. Wichtige Themen sind außerdem die elektro-

nische Unterschrift und die Erneuerung der Außendienst-Websites.

Ihre Mitarbeiter im Außendienst verfügen über eigene Websites?

Ja, das ist ein wichtiges Puzzleteil unserer digitalen Offensive und nach wie vor einzigartig für eine Versicherung. Jeder Außendienstmitarbeiter hat eine eigene Internetseite und eine elektronische und individualisierte Visitenkarte. Dieses Ansprachekonzept, in völlig neuer digitaler Form, eröffnet Möglichkeiten in der

Wir werden auch zukünftig unsere digitalen Themen vorantreiben und proaktiv verfolgen.

Kundenberatung in Richtung einer kundenfreundlichen und serviceorientierten Verkaufunterstützung. Logische Konsequenz sind vermehrte Online-Abschlüsse.

Welche Schritte in Richtung Digitalisierung wurden intern unternommen?

Hinter den Kulissen haben wir das System zur einfachen, ganzheitlichen Kundensicht, unser „Business Radar“, konstant weiterentwickelt. Damit haben wir jetzt einen Status erreicht, der State of the Art und richtungsweisend in der Versicherungsbranche ist. Auch für die Zukunft planen wir Projekte zum Thema Kundenkommunikation und Vertriebsunterstützung.

Zur Person

Gerhard Hopfgartner (43), Marketingleiter der Wiener Städtischen, ist unter anderem für Marktforschung und Produktmanagement verantwortlich.

Österreich und Zentral- und Osteuropa – das ist unsere Heimat

Auf www.vig.com/GB2015
finden Sie eine Online-Version
des Geschäftsberichts.

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

Von Weißrussland bis Bulgarien, von der Tschechischen Republik bis Georgien – Österreich und Zentral- und Osteuropa sind tief in unserer DNS verwurzelt. Seit 25 Jahren ist die Vienna Insurance Group in CEE tätig. Mit rund 50 Gesellschaften in 25 Ländern bedienen wir eine Region

mit 180 Millionen potenziellen Kunden. Wir glauben an die Stärke dieser Region, an ihre Wirtschaftskraft und den unermüdbaren Willen der Menschen vor Ort, den Aufholprozess zu beschleunigen. Hier sind wir zu einer festen Größe geworden, hier sind wir als Marktführer zuhause.

The map shows the following countries and their associated insurance companies:

- AUSTRIA:** WIENER STÄDTISCHE, onau, S-VERSICHERUNG
- SLOVAKIA:** Kooperativa, KOMUNÁLNA POISTOVŇA, POISTOVŇA SLOVENSKEJ ŠPORTELNE
- CROATIA:** WIENER OSIGURANJE, ERSTE OSIGURANJE
- ESTONIA:** COMPENSA
- BELARUS:** КУПАЛА
- TURKEY:** RAY SIGORTA
- MONTENEGRO:** Život, WIENER STÄDTISCHE
- BOSNIA HERZEGOVINA:** WIENER OSIGURANJE
- HUNGARY:** UNION BIZTOSÍTÓ, ERSTE BIZTOSÍTÓ, vienna life
- GERMANY:** InterRisk
- ITALY BRANCH:** WIENER STÄDTISCHE, onau
- POLAND:** COMPENSA, InterRisk, POLISA-ŻYCIE
- LITHUANIA:** COMPENSA
- MACEDONIA:** ОСИГУРУВАЊЕ МАКЕДОНИЈА, WINNER, Life WINNER
- LIECHTENSTEIN:** VIENNA-LIFE
- SLOVENIA BRANCH:** WIENER STÄDTISCHE
- ROMANIA:** skandia
- SERBIA:** WIENER STÄDTISCHE
- MOLDOVA:** DONARIS
- UKRAINE:** КНЯЖА, ГЛОБУС, ЮПИТЕР, УКРАЇНСЬКА СТРАХОВА ГРУПА
- CZECH REPUBLIC:** Kooperativa, ČPP, POJIŠŤOVNA ČESKÉ ŠPORTITELNÝ, VIG Re
- ROMANIA:** OMNIASIG, ASIROM, BCR ASIGURARI
- BULGARIA:** BULSTRAD, Life BULSTRAD

Stand: März 2016
www.vig.com/GB2015

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
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 2015 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 2015

Print kompensiert



Bitte sammeln Sie
Altpapier für das
Recycling.