

Zurich Österreich Jahresergebnis 2018: Fokus auf Kundenerlebnis trägt Früchte

Wien, 02. April 2019. Die Zürich Versicherungs-Aktiengesellschaft (Zurich) stellte im Jahr 2018 das Kundenerlebnis in den Mittelpunkt. Bei den Prämien legte Zurich in den Sparten Nicht-Kfz und fondsgebundene Lebensversicherung deutlich zu. Für ihre Kundinnen und Kunden erbrachte Zurich Leistungen in der Höhe von durchschnittlich mehr als 1 Million Euro pro Tag.

„2018 stand ganz im Zeichen des Kunden. Wir haben starke Akzente in der Kundenansprache gesetzt und uns mit Blick in die Zukunft vertrieblich neu aufgestellt. Im Geschäftsbereich Schaden-Unfall sind wir in den Nicht-Kfz-Sparten gewachsen, in der Lebensversicherung haben wir uns im Privatgeschäft entgegen dem Markttrend positiv entwickelt. Für unsere Produkte und Services haben wir zahlreiche Auszeichnungen erhalten“, fasst Andrea Stürmer, Vorsitzende des Vorstandes von Zurich Österreich, die Erfolge des abgelaufenen Jahres zusammen.

Prämienvolumen gezielt ausgebaut

Im Bereich Schaden/Unfall steigerte Zurich die verrechneten direkten Bruttoprämien um 2,0% auf 503 Millionen Euro und überschritt damit die 500 Millionen Euro Marke. Das strategisch wichtige Nicht-Kfz-Geschäft trug dazu mit einem Wachstum von 3,1% bei.

Ausgesprochen positiv und deutlich besser als der Markt entwickelten sich in der Lebensversicherung die laufenden Prämien mit einem Zuwachs von 1,5%. Wachstumsmotor war die fondsgebundene Lebensversicherung mit einem Prämienplus von 3,3%. Die Einmalerlagsprämien sanken aufgrund aktiver Steuerungsmaßnahmen erwartungsgemäß um rund 62%. Insgesamt betragen die direkten Bruttoprämieneinnahmen in der Lebensversicherung 150 Millionen Euro und lagen damit um 24% unter dem Vorjahr.

Zurich hat's wieder gut gemacht

Insgesamt erbrachte Zurich im Jahr 2018 424 Millionen Euro an Leistungen für Kundinnen und Kunden. In der Schaden-Unfallversicherung wurden mehr als 187.000 Schäden gemeldet und Schadenszahlungen brutto in der Höhe von 288 Millionen Euro

Zürich Versicherungs-
Aktiengesellschaft
Schwarzenbergplatz 15
A-1010 Wien

Öffentlichkeitsarbeit
[http://www.zurich.at/ueber-
uns/presse](http://www.zurich.at/ueberuns/presse)

Kontakt: presse@at.zurich.com
Tel: 01/50 125-1456
Fax: 01/50 125-1681

ausbezahlt. Die Leistungen aus der Lebensversicherung beliefen sich auf 136 Millionen Euro.

Stürmer: „Wir haben insgesamt 424 Millionen Euro an Leistungen an unsere Kundinnen und Kunden gezahlt. Das entspricht durchschnittlich mehr als 1 Million Euro pro Tag. Damit haben wir vielen Menschen unerwartete finanzielle Belastungen nach einem Schadensfall abgenommen und einen Beitrag zu ihrer Absicherung geleistet.“

Profitabilität auf stabilem Niveau

Die Combined Ratio netto (kombinierte Schaden-Kosten-Quote) konnte im Jahresvergleich stabil auf 94,1% gehalten werden. Der Netto-Schadenaufwand erhöhte sich um 3,8% auf 162 Millionen Euro. Damit ergab sich ein Schadensatz von 70,2%. Weitere Verbesserungen konnten beim Kostensatz netto erzielt werden, der um 0,3 Prozentpunkte auf 23,8% sank. Die Betriebskosten in der Lebensversicherung lagen in etwa auf dem Niveau des Vorjahres.

Finanzergebnis und Jahresgewinn

Über beide Abteilungen sanken die laufenden Finanzerträge um 5,9% auf rund 65 Millionen Euro. Eine kurzfristig stark negative Marktentwicklung am Jahresende 2018 und die daraus resultierenden buchmäßigen Kursverlusten führten zu einem Rückgang des Nettofinanzergebnisses auf 35 Millionen Euro. Mit Jahresbeginn 2019 zeigten sich die Marktwerte allerdings wieder stark erholt.

Mag. Silvia Emrich, Mitglied des Vorstandes und CFO: „Unsere auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Anlagepolitik mit dem Schwerpunkt auf Staatsanleihen und Immobilien unter Beimischung von Aktien und Unternehmensanleihen sicherte auch im abgelaufenen Geschäftsjahr wieder einen guten laufenden Finanzertrag. Damit können wir in der klassischen Lebensversicherung für unsere Kundinnen und Kunden eine attraktive Gesamtverzinsung in der Höhe von 2,75% bieten.“

Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EGT) betrug 6 Millionen Euro. Nach Rücklagenveränderung und Steuern ergab sich ein Jahresgewinn von 36 Millionen Euro.

Fokus auf das Kundenerlebnis

Stürmer: „Wir betreuen mehr als 700.000 Kundinnen und Kunden in ganz Österreich. Unser Anspruch ist es, ihnen mit unseren Versicherungsprodukten und Serviceangeboten Schutz zu bieten und für sie da zu sein. Im Jahr 2018 ist uns das gut gelungen. Das bestätigen viele positive Rückmeldungen unserer Kunden und zahlreiche Auszeichnungen, die wir im Vorjahr erhalten haben.“

Im Jahr 2018 hat Zurich neue Wege in der Kundenansprache beschritten und ist mit zahlreichen Marketingaktivitäten aufgetreten. Zum Beispiel nahmen mehrere hundert Autofahrerinnen und Autofahrer im Sommer an einer Gratis-Autowasch-Aktion teil und ließen ihre Fahrzeuge auf Hochglanz bringen. Im Herbst lud Zurich Kinder und deren Eltern zu einem „Superhelden-Trainingscamp“ ein. Spaß, Training und vor allem Sicherheit standen dabei im Mittelpunkt. Alle Aktivitäten wurden auf Social Media Kanälen begleitet und erreichten digital mehr als 8 Millionen Menschen in ganz Österreich.

Auch die Messung des Kundenerlebnisses hat Zurich weiter ausgebaut. Anhand des Net Promoter Scores erhebt das Unternehmen laufend die Kundenzufriedenheit. Im Jahr 2018 hat Zurich 10.600 Kundenfeedbacks eingeholt, die nachhaltig in die Gestaltung der Produkte und Services einfließen. Die Werte für die Kundenzufriedenheit haben sich im Jahr 2018 deutlich verbessert.

Um die Wettbewerbsfähigkeit für die Zukunft weiter auszubauen, hat Zurich im Jahr 2018 ein neues Servicemodell für Geschäftspartner und Kunden entwickelt und Vorbereitungen für die Neuaufstellung des Vertriebs getroffen. Seit Jahresbeginn 2019 ist der Vertrieb in vier Regionen organisiert, die mit umfangreichen Entscheidungskompetenzen ausgestattet sind. Das Ziel ist es, rascher auf Kundenbedürfnisse eingehen zu können und erlebbar besseren Service zu bieten.

Erneut ein Jahr der Auszeichnungen

Wie schon in den Vorjahren wurde Zurich im Jahr 2018 mehrfach prämiert. Beim Recommender Award des Finanz-Marketing Verbands Österreich (FMVÖ) erhielt die Marke Zurich Connect das Prädikat „Exzellente Kundenorientierung“. Bei den AssCompact Awards 2018 erreichte Zurich drei Stockerplätze für die betriebliche

Altersvorsorge, die Rechtsschutzversicherung und in der Kategorie „Bester Service für Vermittler“. Beim Assekuranz Award Austria wurde Zurich mit dreimal „Sehr gut“ ausgezeichnet. Bei Studien von ÖGVGS-Gesellschaft für Verbraucherstudien lagen Zurich und Zurich Connect beim Test der Rechtsschutzversicherungen auf Platz 1 und Platz 2 und bei anderen Untersuchungen mehrfach im Spitzenfeld.

Weitere Informationen:
Zürich Versicherungs-Aktiengesellschaft
Öffentlichkeitsarbeit
Mag. Daniela Sisa, presse@at.zurich.com
Telefon: (01) 501 25 -1456
www.zurich.at
www.zurich-connect.at

Zurich Insurance Group (Zurich) ist eine führende Mehrspartenversicherung, die Dienstleistungen für Kunden in globalen und lokalen Märkten erbringt. Mit rund 54.000 Mitarbeitenden bietet Zurich eine umfassende Palette von Produkten und Dienstleistungen im Schaden- und Unfall- sowie im Lebensversicherungsbereich in über 210 Ländern und Gebieten. Zu ihren Kunden gehören Einzelpersonen, kleine, mittlere und große Unternehmen sowie multinationale Konzerne. Die Gruppe hat ihren Hauptsitz in Zürich, Schweiz, wo sie 1872 gegründet wurde. Die Holdinggesellschaft, die Zurich Insurance Group AG (ZURN), ist an der SIX Swiss Exchange kotiert und verfügt über ein Level I American Depositary Receipt Programm (ZURVY), das außerbörslich an der OTCQX gehandelt wird. Weitere Informationen über Zurich sind verfügbar unter www.zurich.com.

Die Zürich Versicherungs-Aktiengesellschaft ist eine der führenden Versicherungen Österreichs. Als Kompositversicherer bietet Zurich Österreich eine breite Produktpalette im Bereich der Schaden-Unfall- und der Lebensversicherung, die vielfach ausgezeichnet wurde. Zu den rund 700.000 Kundinnen und Kunden zählen Einzelpersonen, kleine, mittlere und große Unternehmen sowie multinationale Konzerne. Zurich Österreich ist Arbeitgeber für rund 1.200 Mitarbeitende in allen Bundesländern. Das Unternehmen führt die Marke Zurich und die Direktmarke Zurich Connect.