

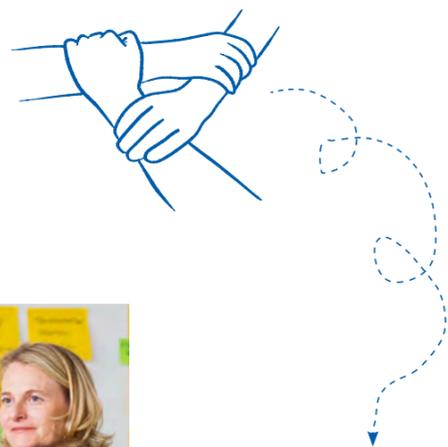


NACHHALTIGKEITSBERICHT
UNIQA GROUP 2019

QUELLE FÜR EIN GUTES LEBEN

- ERFRISCHT: GENERATIONENMIX INSPIRIERT ALT UND JUNG | 12
- SAUBER: UNIQA UND UMWELTSCHÜTZER VERBESSERN DAS KLIMA | 16
- KLAR: BEWEGUNG MACHT DEN KOPF FREI | 42

4 PERSPEKTIVEN-WECHSEL



LERNEN



Mit neuen Arbeitsweisen holen wir uns frühes Kundenfeedback und geben unseren Mitarbeitern mehr Gestaltungsspielraum. „Am Beginn steht die Empathie“, sagt Barbara Liebich-Steiner, Digital Strategy & Solutions.

LERNEN

- 04 **KUNDENZENTRIERUNG:** NEUE ARBEITSMETHODEN, NEUE MINDSETS, NEUE PERSPEKTIVEN
- 10 **DIVERSITY:** FRAUENNETZWERKE STÄRKEN UNSERE VIELFALT
- 12 **GENERATIONENMIX:** WIE ERFAHRUNG UND FLEXIBILITÄT ZUSAMMENGEHEN
- 14 **GRÜNDERZEIT:** MIT START-UPS INS GESCHÄFT GEKOMMEN

LEISTEN

- 16 **GESPRÄCHSKLIMA:** UNIQA UND UMWELTSCHÜTZER MIT GEMEINSAMEN ZIELEN
- 24 **VORBILDFUNKTION:** STROMFRESSERN AUF DER SPUR
- 26 **AUSDRUCK, ADE:** PAPIER SPAREN MIT MOBILEN DEVICES
- 28 **VORSORGE:** NEUE SERVICES FÜR EIN SICHERES, BESSERES, LÄNGERES LEBEN

LEBEN

- 30 **CARPE DIEM:** ZEIT FÜR EIN GUTES LEBEN
- 36 **PENSIONEN:** KOSTEN EXPLODIEREN, FRAUEN VERLIEREN
- 38 **KUNSTERLEBNIS:** MITTENDRIN STATT NUR DABEI
- 40 **SCHULSPORT:** TRENDS UND TEAMGEIST ALS MOTIVATOREN

WEITERGEBEN

- 42 **BEWEGUNGSPROGRAMM:** WIE SIMPLY STRONG DEN UNTERRICHT VERBESSERT
- 48 **START-UP-SOFTWARE:** „SYMPTOMA“ ERLEICHTERT ÄRZTEN DIE DIAGNOSEERSTELLUNG
- 50 **SOZIALGEBURT:** UNTERSTÜTZUNG BEIM START INS LEBEN
- 54 **UNIKATE:** TECHNISCHE ENTWICKLUNGEN FÜR UND MIT BEHINDERTEN MENSCHEN



30 QUELLE FÜR EIN GUTES LEBEN

LEBEN



„Ich liebe es“, sagen Leserinnen über carpe diem. Das neue Medienprojekt aus dem Red Bull Media House in Partnerschaft mit UNIQA gibt Anregungen, keine Anweisungen für mehr Lebensqualität.

50 VON KLEIN AUF GESUND

WEITERGEBEN



Hilfe für sozial schwache Mütter, Bewegung in der Schule, Rettung für Krebs- und Herzpatienten: Die UNIQA Stiftung investiert in die öffentliche Gesundheit.

BEILAGE:
NICHTFINANZIELLER BERICHT 2019 / UNIQA GROUP



EDITORIAL

Liebe Leserinnen und Leser,

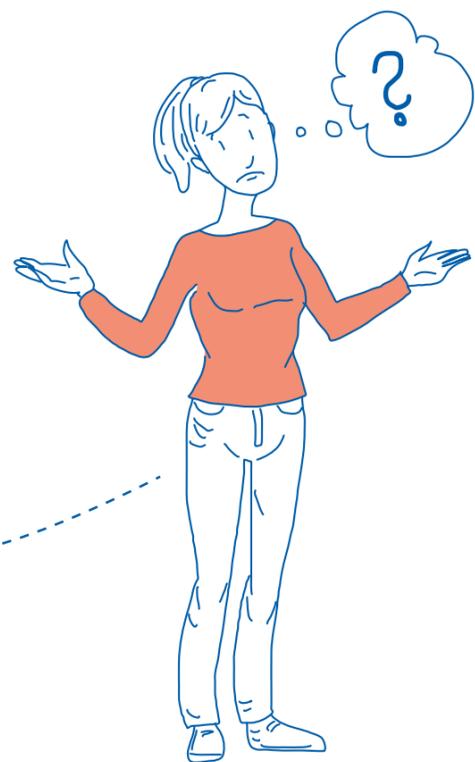
der Green Deal der EU, präsentiert von Ursula von der Leyen, sieht die Klimaneutralität Europas bis zum Jahr 2050 vor. Bei der Finanzierung des Green Deals setzt von der Leyen auf Investitionen in Höhe von einer Billion Euro.

Mit Assets under Management von zehn Billionen Euro ist die europäische Versicherungswirtschaft der größte institutionelle Investor des Kontinents. Kaum eine andere Branche hat kraft ihrer DNA so viel mit Nachhaltigkeit zu tun wie Versicherungen. Das Jahr 2020 bietet nun die einmalige Chance, im Rahmen des Dialogs mit den europäischen Institutionen zur ohnedies seit Langem geplanten Überarbeitung unseres paneuropäischen Regelwerkes Solvency II gleichzeitig das erfolgreiche Fundament für den Green Deal zu bauen.

Wie das geht? Ganz einfach: Die wirklich große Kernfrage des Green Deals ist, wohin in Zukunft Europas Investitionen gelenkt werden. Wenn es gelingt, durch Risikokapitalerleichterungen einen relevanten Teil der Gelder der europäischen Versicherungen in Richtung jener Finanztitel zu lenken, die das Wort „nachhaltig“ wirklich verdienen und nicht nur ihre Fassaden schnell grün streichen, dann wird der Green Deal funktionieren. Und das, ohne die globale Wettbewerbsfähigkeit Europas zu beeinträchtigen.

Viel Freude beim Lesen und mit freundlichen Grüßen,

Andreas Brandstetter
CEO UNIQA Group



LERNEN

WIR SEHEN UNS MIT DEN AUGEN
UNSERER KUNDEN UND NEHMEN DEREN
PERSPEKTIVE EIN



*Agil arbeiten: Für Kunden
und Mitarbeiter sinnstiftend,
sagen Barbara Liebich-Steiner
und Karl Mayrhofer*

„AM BEGINN STEHT DIE EMPATHIE“



Neue Arbeitsweisen schaffen Kundenzentrierung. Barbara Liebich-Steiner, Leiterin Digital Strategy & Solutions, und Agile Coach Karl Mayrhofer über Perspektivenwechsel, Mindsets und den Unterscheidungsfaktor Mensch.





Schönes Motiv:
„Wir können unsere Kunden begleiten“

MENTAL IST NORMAL



Im New Way of Working beschäftigt sich eines der Innovationsteams mit mentaler Gesundheit. Der Bedarf an Informationen und Handlungsstrategien zu Stress ist groß, aber immer noch stark tabuisiert, zumindest in Österreich. England bearbeitet das Thema bereits im Schulfach „Mindfulness“, in Deutschland übernehmen die gesetzlichen Krankenkassen die Kosten für digitale Teletherapie. Aber „mental ist normal“, sagt der zuständige Teamleiter, Patrick Magnée, und die aktive Auseinandersetzung mit der eigenen mentalen Situation sollte so selbstverständlich sein wie der Gang ins Fitnessstudio.

Erste Markttests zeigen großes Interesse für das Thema. Ziel ist es, Menschen zu sensibilisieren und ihnen Handlungsstrategien an die Hand zu geben. Magnée: „Die Menschen wissen meist nicht, was ihre Stressquelle ist und was sie dagegen tun können, das wollen wir ändern.“ Um ihnen einen einfachen und effektiven Weg zur mentalen Gesundheit zu bieten, entwirft, evaluiert und testet das Innovationsteam unterschiedliche Ansätze und Lösungen im digitalen, aber auch im klassischen Umfeld. ■

Alle wollen näher zum Kunden. Fällt es einer Versicherung schwerer, dorthin zu kommen, als anderen Branchen?

Barbara LIEBICH-STEINER: Ja und nein. Eine Versicherung ist kein selbsterklärendes Produkt und zugleich ein sehr traditionelles. Wie die meisten etablierten Branchen verstehen wir uns bestens auf unser Geschäft, wir können gut kalkulieren. Weniger geübt sind wir darin, die Welt aus anderer Perspektive zu sehen, aus der unserer Kunden. Solange die Bedingungen stabil waren, hat das gut funktioniert. Mittlerweile ist die Welt um uns so stark im Umbruch, dass auch wir uns neu erfinden müssen. Aber wir haben ein schönes Motiv für diese Kundennähe, diesen Perspektivenwechsel: Unsere Kunden werden auch weiterhin vor Risiken im Leben stehen, und wir können sie begleiten, sie dabei unterstützen, vorzusorgen, speziell in

Angelegenheiten, die nicht so leicht zu reparieren sind, zum Beispiel Gesundheit.

Inwiefern bringen agile Arbeitsweisen näher zum Kunden? Was hat das eine mit dem anderen zu tun?

Karl MAYRHOFER: Wir halten immer noch an Mindset und Methoden des Industriezeitalters fest, wollen auch in der Wissensarbeit noch mehr Optimierung von Prozessschritten, ohne den gesamtgesellschaftlichen Kundennutzen im Auge zu haben. In Zukunft, in einer Welt, die immer dynamischer, komplexer, unbeständiger wird, braucht jeder Einzelne im Unternehmen mehr Verständnis für Kunden. Lösungen sollten in kurzen Feedbackschleifen möglichst nahe am Kunden entstehen. Mitarbeiter mit End-to-End-Verantwortung sind immer näher am Kunden und an seinen Bedürfnissen. Mit unserem New Way of Working

kommen wir, momentan noch bei ersten Pilotbereichen, aus einem optimierten Verhalten des Abwickelns in ein kreatives, evolutionäres und kontinuierliches Lernverhalten. Mitarbeiter können sich einbringen, sich weiterentwickeln, miteinander wachsen – auch über Misserfolge – und etwas leisten, was für den Kunden einen Mehrwert hat, was er wirklich braucht. Dazu holen sie sich möglichst früh Feedback vom Kunden und werden insgesamt nicht nur effizienter, sondern vor allem effektiver, also wirkungsmächtiger. Das ist sinnstiftend.

Gibt es Vorbilder?

MAYRHOFER: Von anderen lernen ist sinnvoll, aber es gibt keinen Blueprint. Wir lernen von einzelnen Elementen anderer, von Banken, von IT-Firmen, Start-ups, Streamingdiensten. Wir probieren aus, was für uns funktioniert und was nicht.

LIEBICH-STEINER: Länder wie die USA, in denen die Start-up-Kultur viel ausgeprägter ist als in Europa, sind sicher ein Vorbild für den Optimismus, neue Dinge zu beginnen, etwas zu verändern und auch Fehler zuzulassen.

Was kennzeichnet diesen UNIQA eigenen New Way of Working?

LIEBICH-STEINER: Eigenverantwortung in kleinen Teams und das Arbeiten in Sprints sind Elemente, an denen kein Weg vorbeiführt. Man kann diskutieren, ob die Sprints zwei, drei oder vier Wochen dauern, aber als solche sind sie samt Reviews danach eine Grundvoraussetzung, um den Fokus auf Ergebnisse und Lieferungen in kleinen Schritten zu richten, die unmittelbar

getestet werden. Was sich bei uns auch als ein Muss herausgestellt hat, ist die Crossfunktionalität. Ein kleines, multidisziplinäres Team, das sich aus unterschiedlichsten Bereichen formt und an einem Ort intensiv und voll dediziert zusammenarbeiten darf, kommt zu deutlich fundierteren Ergebnissen. Außerdem ist das Team, das Networking, das gemeinsame Mindset ein Wert für sich, auch über die Sprints hinaus. Hierarchien durchmischen hat sich ebenfalls bewährt. Es kommt vor, dass Führungskräfte vor allem anfangs nach alter Gewohnheit agieren, aber das Team reguliert das selbst.

Vorbilder: „Wir probieren aus, was funktioniert und was nicht“



UNSEREN PLANETEN ERHALTEN, EIN GESUNDES, ACHTSAMES LEBEN FÜHREN, DAS SIND DIE LEITTHEMEN



MAYRHOFER: Wichtig ist auch das Prinzip der Partizipation. Wir alle sind besonders motiviert und leistungsfähig, wenn wir uns aus freien Stücken für etwas engagieren dürfen, das uns wichtig ist. Noch ein Faktor: Wir erarbeiten in einem zu Grunde gelegten Rhythmus evolutionär und kontinuierlich neue Fragestellungen, formulieren dafür mögliche Antworten, Hypothesen und schaffen durch Erproben und Experimentieren konkrete, messbare Ergebnisse. Das hilft uns, Schritt für Schritt die besten Lösungen mit dem maximalen Kundenwert zu finden.

LIEBICH-STEINER: Der Gedanke lädt sich durch die gesellschaftliche Entwicklung neu auf. Unseren Planeten erhalten, ein gesundes und achtsames Leben führen, das sind die Leitthemen.

Fairness ist ganz wichtig, auch das schon angesprochene wechselseitige Vertrauen. Wir wollen sowohl nach außen als auch nach innen vermitteln, dass wir Träger dieser Ideen sind. Am Beginn steht die Empathie. Wir versetzen uns in die Situation des Kunden.

Dieser Kunde ist nicht mehr zwingend Polizzeninhaber.

LIEBICH-STEINER: Er ist Partner. Wir werden immer mit Menschen im Dialog stehen, die Risiken teilen möchten. Ein Versicherungsvertrag ist dafür nicht Bedingung. Vielleicht ist der Kunde Konsument, Teilnehmer oder Anbieter eines Ökosystems, auf dem ein Serviceaustausch stattfindet, zum Beispiel zu Gesundheit. In kleinen Ansätzen bauen wir solche Dinge.

Sie sprechen die Hierarchien an. New Way of Working beeinflusst also weit mehr als Arbeitsprozesse.

MAYRHOFER: Was entsteht, ist eine völlig veränderte Sicht auf Leadership. Führung geht in Richtung Servant Leadership und Coaching. Ich räume den Mitarbeitern Gestaltungsspielraum ein. Trotzdem muss ich als Führungskraft noch Orientierung geben, wohin die Reise geht, und den Rahmen schaffen, in dem selbstorganisiertes und selbstbestimmtes Arbeiten möglich wird.

LIEBICH-STEINER: Ich schenke meinen Mitarbeitern viel mehr Vertrauen. Wie übrigens auch meinen Kunden. Es gibt viele Studien, die belegen: Je transparenter ich meinem Kunden gegenüber agiere, desto fairer wird auch sein Umgang mit mir als Vertragspartner sein.

Auch im New Way of Working gilt für Versicherungen der alte Grundgedanke, Verantwortung für die Gesellschaft zu übernehmen. Mit der neuen Sicht auf Kunden und Mitarbeiter lädt sich auch dieser Grundgedanke neu auf?



*Feedback willkommen:
Sonja Bobrowska holt Kundenreaktionen ein*

Denk die
ZUKUNFT
in der Hand
haben.

Denk
UNIQA

Team Digital

www.uniqa.at

Möglich, dass der Communitygedanke einmal das Wichtigste ist.

Letztlich wollen wir also ein neues Mindset schaffen. Wenn das gelingen soll: Was wird das Wichtigste sein?

LIEBICH-STEINER: Die Menschen, die Mitarbeiter. Die Babyboomer gehen demnächst in Pension, und Mitarbeiter heute haben eine andere Haltung zur Arbeit. Wir müssen den qualifizierten Jungen etwas bieten, das über das Normale hinausgeht. Unser Selbstverständnis, unser Wertesystem, unser Auftrag, Verantwortung für die Gesellschaft zu übernehmen, kann so etwas sein. Wenn man New Way of Working ernst nimmt, dann bedeutet das eine evolutionäre und kontinuierliche Transformation eines sozialen Systems. Also kein klassischer Change, in dem ich nur die Anweisungen ändere, aber weiterhin das Gleiche mache, sondern

ein Anleiten der Mitarbeiter, ihr Verhalten selbst zu ändern und autonom zu agieren. Das wird sie motivieren.

MAYRHOFER: Digitalisierung ist immer die Dualität aus der Nutzung neuer, innovativer Technologien und der Erschließung des riesigen kreativen Potenzials der Menschen im Unternehmen, um möglichst effizient und effektiv konkreten Kundennutzen zu schaffen. Der Zugang zu Technologien steht grundsätzlich allen offen. Der größere Unterscheidungsfaktor für Unternehmen wird sein, inwieweit sie nachhaltig neue und innovative Arbeitsweisen etablieren können.

Das Interview führte Barbara Morawetz. ■

*Transformation:
„Mitarbeiter ändern ihr Verhalten selbst“*



PRIVATE HAFTPFLICHTVERSICHERUNG? KEINE AHNUNG, WAS DAS IST ...

Als Versicherung sind wir Experten für Risiken und deren Vermeidung. Dabei bieten wir sehr spezifische Produkte und eine ganze Welt an Fachbegriffen. Was für uns zum Alltag gehört, ist für unsere Kunden oft unverständlich und kompliziert. Seit 2019 stellt Digital Strategy & Solutions bei der Entwicklung neuer Produkte und Services daher die Kunden in den Mittelpunkt. Ergebnis sind neue Veranstaltungen wie der „Voice of the Customer Evening“ (VoCE), bei dem UNIQA Mitarbeiter radikal die Perspektive unserer Zielgruppen einnehmen.

Je nach Entwicklungsstatus und Feedbackbedarf testen sie bei VoCE ihre Lösungen mit echten Interessenten. Mit Click-Dummys und Prototypen schicken sie die Testpersonen auf eine



virtuelle Kundenreise. Die Eindrücke von diesen Reisen fließen wiederum in die Weiterentwicklung der neuen Lösungen ein.

Neben dem quartalsweise stattfindenden VoCE gibt es auch monatliche Usability-Tests – sogenannte POPs (People Observation Partys). Bei den Tests kommen

*Im Usertest:
Gute Wege fortsetzen,
falsche abbrechen*

oft Fragen, mit denen das Team nicht gerechnet hatte: „Private Haftpflichtversicherung? Was heißt das?“ Und: „Ist das die Polizzenummer oder das Datum?“ Eine Kundin

im Feedbackformat POP ist sich auf den ersten Blick nicht sicher. Aber der erste Blick zählt – auch im digitalen Versicherungsportal. Wiederholte Feedbackschleifen mit (potenziellen) Kunden stellen sicher, dass der richtige Weg fortgesetzt und ein Holzweg schnell als solcher erkannt wird. Alles für den Kunden – und nichts ohne ihn. ■

FRAUEN TREFFEN

Weibliche Netzwerke zielen auf neue Formen von Leadership und ermutigen Frauen zu mehr Entschlossenheit.

Der Wandel in Wirtschaft und Gesellschaft braucht die Kreativität und Leidenschaft der Frauen, sagen die Female Founders, ein Netzwerk für (angehende) weibliche Führungskräfte. Auch UNIQA Mitarbeiterinnen haben 2019 ein Förderprogramm durchlaufen. „Lead F“ vermittelt Kompetenzen im Bereich Digital Leadership, ermöglicht den Austausch mit Topmanagerinnen und bringt die Teilnehmerinnen mit internationalen Start-ups zusammen. Ziel des Programms ist, das Erlernete und die entstandenen Netzwerke ins eigene Unternehmen zu transferieren.

Arbeitsweisen ändern

Im UNIQA unterstützten Start-up-Hub weXelerate haben die Female Founders am Weltfrauentag Motivation versprüht. Health, Finance, Kunst, Forschung sowie Digitalisierung und Politik seien Bereiche, in denen Frauen die Welt stärker mitgestalten müssten. Im September hat UNIQA Ventures den Wienerin Gründerinnentag mitermöglicht – mit Panels, Workshops und Live-Pitch. Seit 2019 ist UNIQA Partner der Frauenplattform Business Riots. Mitarbeiterinnen können Veranstaltungen gratis besuchen und sich dabei fachlich und persönlich weiterbilden. Business Riots will – aus der Perspektive der Frauen – traditionelle Arbeitsformen und Lebenswelten aufbrechen.

Mutoffensive für Mitarbeiterinnen

Mit einem eigenen Diversity-Forum treibt UNIQA die Gleichberechtigung im Unternehmen voran. Mehr Vielfalt ist nicht ausschließlich ein Thema der Geschlechter. Vorrangig waren es 2019 aber Formate, die Frauen für ihre Möglichkeiten sensibilisieren sollten. Was tun gegen die Pensionslücke als Folge von Kinderbetreuungszeiten? Selbst vorsorgen. Wie die eigene Karriere vorantreiben? Mutig sein, sich von männlichen Blendern nicht einschüchtern lassen und „Hier“ schreien. ■

AUFBRUCH STATT ABBRUCH

UNIQA Mitarbeiter als Mentoren für Schüler aus Brennpunktschulen: Das ist Idee und Ziel einer Kooperation mit dem Social Business Sindbad.

Jugendliche, die Gefahr laufen, ihre Ausbildung abzubrechen, erhalten einen persönlichen Begleiter, der fest im Leben und im Job steht. Über ein Jahr entwickeln sie Sicherheit und Selbstwirksamkeit. Die Mentoren profitieren in ihrer Persönlichkeitsentwicklung und bauen praktische Führungsfähigkeiten und Social-Leadership-Skills aus.

„Ich habe nach der Matura selbst eine Lehre gemacht“,

berichtet Mentorin Denise Schreiber vom UNIQA Kundenservice in Wien. „Deshalb kann ich beide Bildungswege abdecken.“

Schreiber möchte ihrem Mentee ebenfalls eine Lehrstelle verschaffen. Gemeinsam schreiben sie Bewerbungen und üben für die Interviews. Der 27-Jährigen ist wichtig, dass auch ihr Mentee echtes Engagement zeigt. Verlässlichkeit auf beiden Seiten sei die Voraussetzung für eine gelungene Karriere. ■

Karriereschritte: Das Mentorenprogramm Sindbad hilft Ausbildungsabbrechern

MENSCHEN MIT BEFÄHIGUNG

Der studierte Philosoph Gregor Demblin ist seit einem Badeunfall querschnittgelähmt. Bei UNIQA hat er Anfang 2019 über Wendepunkte im Leben gesprochen – und was man daraus machen kann. Seine Unternehmensberatung myAbility will Menschen mit Behinderung in die Wirtschaft holen, aber nicht als Almosenempfänger. Denn Durchsetzungsvermögen sei eine maßgebliche Qualifikation, die Menschen mit Behinderung für den Arbeitsmarkt mitbringen. Mit der Inklusion gehen Produktivitätssteigerungen und die

Erschließung neuer Kundengruppen einher. Die soziale und gesetzliche Verantwortung der Firmen ist ganz nebenbei erfüllt. UNIQA prüft derzeit weiterführende Kooperationsmöglichkeiten mit myAbility.

UNIQA Tower: Forum der Vielfalt

Schon seit 2018 ist der UNIQA Tower Veranstaltungsort der myAbility Lounge. Gäste aus Wirtschaft, Gesellschaft und Politik sprechen über die eigenen

Karrierewege und ihre persönlichen Berührungspunkte mit dem Thema Behinderung.

Zum Tag der Menschen mit Behinderung am 3. Dezember 2019 stellte UNIQA das Headquarter für eine Ausstellung zur Verfügung. Der Verein RollOn Austria brachte Bilder von Phil Hubbe in den UNIQA Tower. Der selbst an Multipler Sklerose erkrankte deutsche Comiczeichner nähert sich dem Thema Behinderung mit Witz. Lachen sei erlaubt, wenn es dazu beitrage, dass behinderte und nicht behinderte Menschen lockerer miteinander umgehen. ■

Längere Erwerbskarrieren und neue Altersverteilungen machen den Zusammenhalt der Generationen erfolgsentscheidend. UNIQA Mitarbeiter und ihre Gedanken zu Wissenstransfer und offenem Umgang miteinander.



GENERATIONEN IM GUTEN MIX

WELCHE SCHWIERIGKEITEN KÖNNEN ZWISCHEN DEN GENERATIONEN AUFTRETEN?

Ingrid: Ich selbst habe es immer begrüßt, mit jüngeren Kollegen zusammenzuarbeiten, aber wenn das gegenseitige Verständnis und die Bereitschaft, Veränderungen zuzulassen, fehlen, wird es schwierig. Schlecht ist, wenn Ältere die Jungen mit Aussagen wie „Das machen wir seit 30 Jahren so“ nerven.

Gregor: Schwierigkeiten zwischen den Generationen können, glaube ich, immer auftreten. Ich denke aber, wenn ältere Mitarbeiter ihre Erfahrungen mehr an junge Mitarbeiter weitergeben, können sich die Generationen besser untereinander unterstützen. Ich habe schon mitbekommen, dass erfolgreiche, erfahrene Mitarbeiter denken, die „Jungen“ sollen sich ihren Erfolg so wie sie einst selbst hart erarbeiten.

Artur: Der Umgang und das Teilen von Verantwortlichkeiten können Probleme machen. Auch Unterschiede in der Einstellung zu Arbeit und Freizeit und unterschiedliche Ziele für die Zukunft.

Michelle: Die älteren Mitarbeiter können mit technischen Entwicklungen Probleme haben. Auch in der Kommunikation kann es zu Schwierigkeiten kommen. Mit ihrer Lebenserfahrung haben ältere Mitarbeiter eventuell eine andere Einstellung zu gewissen Dingen.

WAS MACHT UNIQA FÜR NEUE MITARBEITER ATTRAKTIV?

Ingrid: Das im Branchenvergleich gute Image mit einem modernen Markenauftritt, die Werbebotschafter im Sport. Auch die Marktposition in der Krankenversicherung, die Internationalität mit den vielen Einsatzmöglichkeiten und unser eingeschlagener Weg vom Produktanbieter zum Serviceprovider mit einer starken Kundenorientierung. Das ist ein Zugpferd für neue, engagierte Arbeitskräfte.

Gregor: Die Größe des Konzerns und die damit verbundenen Aufstiegsmöglichkeiten. Außerdem die interne Weiterbildung und die Förderung der Persönlichkeitsentwicklung.

Artur: Der gute Name und der hervorragende Ruf einer international bekannten Marke machen UNIQA attraktiv. Die sorgfältig ausgebildeten, zuverlässigen und freundlichen Mitarbeiter, gute Arbeitsbedingungen und Bezahlung sowie eine vielversprechende und sichere berufliche Zukunft.

Michelle: UNIQA kümmert sich gut um Lehrlinge. Neue Herausforderungen verhindern, dass Langeweile aufkommt. Der Arbeitgeber ist sicher, die Ausbildung und das Arbeitsklima sind gut.

GANZ PERSÖNLICH: WAS BEDEUTET SICHER, BESSER, LÄNGER LEBEN?

Ingrid: Nachhaltig gesund leben, auch in der Freizeit das Risiko mit dem Wissen kalkulieren, was ich mir zumuten kann. Mit Work-Life-Balance sich persönlich stabilisieren. Dabei sollte UNIQA noch besser unterstützen.

Gregor: Zu einem besseren, längeren Leben gehört ein stabiles Umfeld. Ein Staat, der aufgrund der politischen Lage ein gutes Zusammenleben zwischen unterschiedlichen Menschen in einem Land garantiert und der Bevölkerung eine gute Berufsausbildung bietet. Die medizinische Grundversorgung ist ein wichtiger Grundpfeiler für ein längeres Leben.

Artur: Sicherer, besser und länger leben ist das, was so gut wie jeder Mensch anstrebt, wofür er arbeitet, wofür er kämpft und wovon er zumindest träumt.

Michelle: Meiner Meinung nach ist es nicht möglich, wirklich 100-prozentig sicher zu leben, aber rundum versichert sein ist schon mal ein guter Anfang. Besser leben heißt für mich, dass ich nach der Arbeit auch Zeit für Freizeitaktivitäten habe und einfach viele Sachen im Leben genießen kann. Für ein längeres Leben sollte man frühzeitig gewisse Entscheidungen treffen, zum Beispiel auf die Gesundheit achten.

ÄLTERE MITARBEITER SIND ERFAHREN, JÜNGERE FLEXIBEL. STIMMT DAS?

Ingrid: Nicht immer. Flexibilität ist auch im Alter noch möglich. Wenn man es zulässt, hält sie geistig jung. Man darf sich nicht nur auf seiner Erfahrung ausruhen. Flexibilität, gepaart mit Erfahrung, fördert die Zusammenarbeit der Generationen.

Gregor: Das stimmt, der Arbeitsalltag ist einfach schneller geworden, daher muss man oft flexibel reagieren. Ältere Mitarbeiter sind natürlich erfahrener, die Erfahrung kommt auch mit dem Alter.

Artur: Richtig und korrekt.

Michelle: Stimmt teilweise, ich bin der Meinung, dass auch ältere Mitarbeiter flexibel sein können.

WIE KÖNNEN SIE VONEINANDER LERNEN?

Ingrid: Ältere vermitteln Fachwissen und geben Erfahrungen weiter, die Jungen kennen neue Arbeitsmethoden („New Way of Working“) und zeigen mehr Mut zur Lücke. Agiles Arbeiten erlaubt, Dinge auszuprobieren und mitunter wieder zu verwerfen. Ideal wäre, Erfolgreiches zu bewahren und mit Neuem zu verbinden. Ältere Kollegen, die mit Leidenschaft arbeiten, können diese Freude an der Arbeit und Einsatzbereitschaft positiv vorleben.

Gregor: Wir jungen Mitarbeiter können einige Sachen von den älteren Mitarbeitern lernen: zum Beispiel die Gelassenheit im Beruf, die Disziplin und wie man konsequent ein Ziel erreicht. Ein Sprichwort, das ich schon oft von erfahrenen Mitarbeitern gehört habe, ist: „Aufgeben tut man einen Brief.“ Mitarbeiter, die schon lange dem gleichen Beruf und der gleichen Tätigkeit nachgehen, können bestimmt von jungen Mitarbeitern die Offenheit gegenüber neuen Projekten und die positive Einstellung zu Veränderungen mitnehmen.

Artur: Die jüngeren Kollegen können von den erfahrenen lernen, wie sie mit Verantwortlichkeiten umgehen, wie sie ihre Beziehung zu den Kunden verbessern, wie sie schwierige Fälle lösen. Außerdem das Wissen zu Produkten und effizienten Marktstrategien. Die älteren Mitarbeiter können von den jüngeren einiges über die Erwartungen der neuen Generation lernen und welche Vorteile die neuesten Kommunikationstechnologien haben.

Michelle: Natürlich haben ältere Mitarbeiter eine langjährige Arbeitserfahrung und ein sehr großes Produktwissen, das sie den jungen Mitarbeitern gut vermitteln können. Jugendliche kennen sich oft mit der Technik besser aus und können älteren Mitarbeitern den Umgang mit dem Computer zeigen.

Ingrid Schilcher
60, Neopensionistin, Wien

Michelle Pröll
16, Lehrling, Tirol

Gregor Diewald
22, Kundenberater, Wien

Artur Balli
60, Direktor der Niederlassung in Korça, Albanien



START-UPS STÄRKEN UNS DEN RÜCKEN

Die Sensortechnologie von VivaBack misst die Bewegungen der Wirbelsäule samt individuellen Ausweichmustern. UNIQA macht daraus Coachings für einen gesunden Rücken.

Laut einer Ärztekammer-Studie aus dem Jahr 2018 verursachen Erkrankungen des Stütz- und Bewegungsapparats in Österreich allein durch Krankenstände jährliche Kosten von rund 2,1 Milliarden Euro. Als größter Gesundheitsversicherer Österreichs setzt UNIQA dementsprechend stark auf Präventionsmaßnahmen für Rückengesundheit.

Besser messen

Mit VivaBack entwickelten die Österreicher Valentin Rosegger und Robert Pilacek eine Technologie, mit der es möglich

ist, die Bewegungen der Wirbelsäule und des Rückens über einen ganzen Tag zu messen. Die gewonnenen Daten dienen als Basis für entsprechende Coaching-Formate.

„Falsches Sitzen ist mitunter das größte Problem für unsere Wirbelsäule“, sagt UNIQA VitalCoach Bernhard Url, der gemeinsam mit acht weiteren UNIQA VitalCoaches an Workshops teilnahm und mit dem System vertraut wurde. „Diese Haltungs- und Bewegungsmuster können wir mit VivaBack erstmals sichtbar machen und den Kunden plakativ illustrieren, wo die Probleme sitzen.“

Kampfansage: Die UNIQA VitalCoaches Bernhard Url (li.) und Stefan Simon (re.) wollen mit VivaBack falsche Bewegungsmuster aufbrechen

Haltungssache: Daten dienen als Basis für Coaching-Formate



VivaBack im Einsatz

UNIQA VitalCoach Stefan A. Simon setzt VivaBack bereits bei seinen Kunden ein. Schon seit vielen Jahren arbeitet er mit diversen Messinstrumenten, um die Themen Wirbelsäule, Haltung, Beweglichkeit, Kraft und Koordination zu beurteilen. „Mit VivaBack habe ich nun eine tolle Möglichkeit gefunden, die alltäglichen Haltungen meiner Kunden grafisch darstellen zu können“, sagt auch er. „Also etwa, wie wir unbewusst am Arbeitsplatz sitzen oder auch stehen, mit all unseren Ausweich-, Ausgleichsbewegungen und -mustern.“

Erst im Herbst wickelte Simon zwei große Firmenprojekte mit VivaBack ab und lobt unter anderem die einfache Anwendung: „Die Mitarbeiter haben die geklebten Sensoren im Alltag fast gar nicht mehr wahrgenommen. Am Ende waren sie begeistert und gleichzeitig erstaunt über die Präzision der Messung und Auswertung.“ Im Rahmen eines Workshops wurde schnell klar, wo jeweils der Bedarf an Ausgleichsbewegungen und Übungen lag. Mit VivaBack konnte Simon seinen Rückenanalysen den letzten Baustein hinzufügen.

Beschwerden vorbeugen

Dass VivaBack nun ins Betriebliche Gesundheitsmanagement von UNIQA aufgenommen wurde, macht die Gründer stolz. „Für uns ist das ein ganz wichtiger Schritt im Sinne der Prävention“, so Valentin Rosegger. „Bereits vorhandene UNIQA Dienstleistungen wie Coachings und Workshops können mit der VivaBack-Technologie personalisiert werden und erzielen einen höheren Impact.“

GRÜNDER TICKEN ANDERS

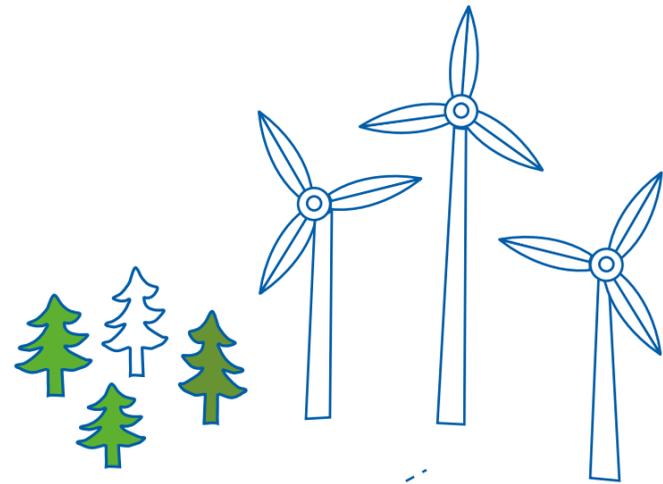
2019 präsentierten UNIQA Ventures und Speedinvest Heroes gemeinsam mit Partnern die erste österreichische psychometrische Entrepreneurship-Studie. Die Ergebnisse zeigten beträchtliche Unterschiede zwischen Start-up-Gründern und anderen Leadern in Persönlichkeitsmerkmalen, Motivatoren, Berufsinteressen und der Art zu denken. So sind Gründer aktiver, offener und emotionaler und finden Autonomie, Flexibilität und Sinnhaftigkeit eher motivierend.

Die Studie „Startup Anatomy“ zeigte auch, dass Kooperationsfähigkeit im ersten Jahr besonders wichtig ist, im zweiten und dritten Jahr dagegen ein klarer Führungswille und eine positive Beharrlichkeit. Besonders leistungsstarke Teams entstehen, wenn Leader und Wegbereiter ihre Rollen innerhalb des Teams öfter wechseln. UNIQA Ventures investierte seit 2016 in rund 20 Start-ups und kann mit den Erkenntnissen Gründer noch gezielter in ihrer Journey unterstützen.

LEICHTER LEBEN MIT DIGITALEN TOOLS

Wie digitale Technologien das Leben leichter machen können, zeigt der Innovation Hub weXelerate. 2019 nahm unter anderem das Start-up Naboto (Not Another Booking Tool) am Accelerator-Programm in Wien teil. Das intelligente Wartelisten- und Terminbuchungstool optimiert Terminkalender automatisch, lernt ständig dazu, berücksichtigt dabei auch hohe Unsicherheiten bis hin zu saisonalen Faktoren und persönliche Bedürfnisse der Ärzte wie mehr Umsatz oder mehr Freizeit. Auch offline gebuchte Termine fließen in die smarte Optimierung ein.

2019 ging die Software in die Entwicklungsphase, wurde in Pilotprojekten getestet und immer weiter optimiert. Verläuft der Reality-Check erfolgreich, würde UNIQA sie langfristig gerne Partnern anbieten.



LEISTEN

UNSER ANSPRUCH: VORBILD SEIN,
EINE KRITISCHE MASSE ERREICHEN
UND HANDELN STATT HEISSE LUFT
PRODUZIEREN

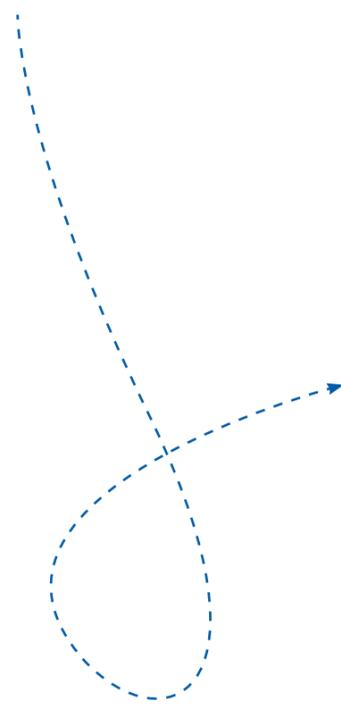


In eineinhalb Minuten habe man sich mit UNIQA auf den Kohleausstieg geeinigt, sagt Alexander Egit von Greenpeace. Manche Gespräche zu Finanzinvestitionen und Versicherungsportfolio dauern länger, und sie dauern vor allem an.

„MIT IHNEN KANN
MAN REDEN“



Naturkatastrophen: Nur wenn es der Erde gut geht, geht es uns gut, sagt Andreas Brandstetter



Wir suchen immer zuerst das Gespräch“, so Alexander Egit, Greenpeace-Geschäftsführer für Zentral- und Osteuropa, bei einem Round Table zwischen Wirtschaft, Umweltschützern und Umweltberatern im UNIQA Tower. Würde man nur auf Aktionismus setzen, „grenzen wir uns aus, und irgendwann redet niemand mehr mit uns“. UNIQA steht seit etwa eineinhalb Jahren im Dialog mit Umweltorganisationen wie Greenpeace. „Hilfe, Angst, wir versichern ja auch Autos mit Verbrennungsmotoren“, schildert UNIQA CEO Andreas Brandstetter seine unwillkürliche Reaktion auf die erste Kontaktabstimmung. Die Angst habe sich aber schnell gelegt, als sich herausstellte: „Wir sind auf einer gemeinsamen Reise.“ Als Präsident von Insurance Europe hat Brandstetter den Greenpeace-Klimaexperten Adam Pawloff trotz großer Skepsis der Kollegen aus der Versicherungswirtschaft 2019 zu einer Jahrestagung des europäischen Versicherungsverbandes nach Bukarest

geholt. „Keine Sorge, ihn könnt ihr einladen.“ Das Feedback sei sensationell gewesen. „Weil jeder CEO als Mensch betroffen ist. Wenn der Planet kaputt ist, gibt es keine Wirtschaft mehr.“

Standortbestimmung

Weil ohne Leben alles hinfällig sei, stünden Wirtschaft und Ökologie auch nicht auf einem Level, betont Alexander Egit. „Es gibt eine klare Hierarchie und einen Primat der Ökologie.“ Man führe mit den Unternehmen einen guten Dialog auf Augenhöhe, „aber wir sind unterschiedlich. Greenpeace nimmt kein Geld, es gibt kein Auftraggeber- und -auftragnehmer-Verhältnis, als Deckmantel für Greenwashing stehen wir nicht zur Verfügung.“ Schon die Verwendung des Begriffs „Risiko“ offenbare die Hierarchie: Während früher von Anlagerisiken oder Schadenrisiken die Rede war, gehe es heute gesamtheitlich um das Risiko des

Planeten, das zeitlich begrenzt sei. In dieser existenziellen Dimension war das vor zehn Jahren kaum jemandem bewusst. Trotz Primat der Umwelt sei auch klar, dass Lösungen im Sinne des Klimaschutzes ökonomisch tragfähig sein müssten.

Hebel und Hebelwirkung

Geht nicht, nützt sowieso alles nichts. Was kann das kleine Europa schon tun, wenn China und die USA nicht mitmachen? Alles Ausreden, die Greenpeace-Klimaexperte Adam Pawloff nicht gelten lässt. Erstens sei China Weltmarktführer zum Beispiel bei Solarenergie und E-Mobilität, die Kohleindustrie in den USA entgegen anderslautenden Ambitionen eben doch tot. Zweitens habe Europa historisch oft Erfolgsmodelle entworfen. „Österreich war Vorreiter beim Nein zur Atomenergie.“ Auch heute gebe es Beispiele einzelner Industrien, etwa die Nachtzüge der ÖBB und das Vorhaben der voestalpine, Stahl künftig CO₂-neutral zu produzieren. „Warum ist nicht UNIQA in zehn Jahren

die erste CO₂-neutrale Versicherung?“ Zumal die Beispiele immer Potenzial zur Breitenwirksamkeit hätten: „Wenn neun Prozent der Finanzinvestitionen von fossil auf erneuerbar gehen, dann kippt das Gesamtsystem“, zitiert Alexander Egit Studien. „Wir müssen die Kippung erreichen.“ Und zwar mit Hilfe der Massen. Wieder gelte: Wenn nur 3,5 Prozent der Bevölkerung gewonnen seien, dann ändere sich alles. „Wir setzen auf die Masse der Bevölkerung“, so Adam Pawloff, „die Handlungsbereitschaft von Politik und Wirtschaft hängt noch nach.“

Eigeninteressen

Dabei müsste speziell die Versicherungswirtschaft Interesse an der Transformation haben. 190 Milliarden Dollar kosten die weltweiten Naturkatastrophen mittlerweile im Jahresschnitt. „Nur wenn es der Erde gut geht, geht es auch uns gut“, so Andreas Brandstetter. UNIQA CSR-Chef Andreas Rauter ergänzt: „Es ist für uns günstiger, jetzt zu handeln, als später die

Suppe auszulöffeln.“ Adam Pawloff von Greenpeace spricht von einem halben bis einem Prozent der Weltwirtschaftsleistung, das jetzt aufgewendet werden muss, gegenüber künftigen zehn bis 30 Prozent. 8,8 Milliarden Euro an volkswirtschaftlichen Schäden sieht Klara Kaminski vom Umweltbundesamt laut einer Studie auf Österreich zukommen, klimabedingte Migration und Gesundheitskosten noch nicht mitgerechnet. Also will Andreas Rauter „mehr Green Investments und eine klarere Zeichnungspolitik“.

Versicherungsportfolio

Der Abschied vom Geschäft mit Kohle hat sich schnell ausreden lassen, war aber auch nur ein Anfang. Das 1,5-Grad-Ziel des Pariser Klimaabkommens bedinge keinen Ausbau von Öl und Gas mehr, so Adam Pawloff. Ab sofort. Doch „die Finanzwirtschaft, vor allem die Banken, hat seit der Unterzeichnung des Abkommens 1,9 Billionen Dollar in den Ausbau fossiler Energieträger gesteckt“.

Klimawende: „Jetzt handeln“ wollen Andreas Rauter, Andreas Brandstetter, Klara Kaminski, Alexander Egit und Adam Pawloff



Andere Baustelle: Straße. Pawloff: „Der ganze Verkehr, wie wir ihn jetzt draußen sehen, darf in zehn Jahren so nicht mehr stattfinden.“ Die Versicherung von Verbrennungsmotoren steht, so gesehen, natürlich auf dem Prüfstand (ohne Angst).

Prämiennachlässe auf E-Autos, wie UNIQA sie anbietet, sind für Pawloff „ein erster kleiner Schritt“.

Und Geschäftsführer Alexander Egit hielte es durchaus für gut, alle Dienstwagen bei UNIQA zu E-Autos zu machen. Der größte Hebel einer Versicherung aber seien die Investitionen.

Wohin mit dem Geld?

Österreich müsse schon deshalb Akzente in Richtung Green Finance setzen, weil es vom Klimawandel besonders stark betroffen sei, sagt Klara Kaminski vom Umweltbundesamt.

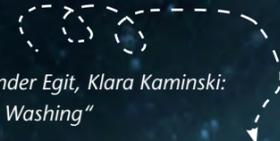
„Wir sind ein Binnenland, und die Landmassen erwärmen sich schneller als die Ozeane.“ Vor der Transformation aber müsse man sich nicht fürchten, die Projekte seien da. Politischen Willen vorausgesetzt, könne man konkrete, langfristige Vorhaben sofort finanzieren, etwa im Infrastrukturbereich, „es gibt genügend Finanziers“.

Die Investments von UNIQA sind aktuell zu zwei Prozent grün, „das ist stark ausbaufähig“ (Andreas Brandstetter). Langfristig wolle man alle Assets nachhaltig aufstellen. Ja, die Modelle und Projekte gebe es, aber „wir dürfen dafür nicht bestraft werden“. Was hilft? Eine KEST-Befreiung für Green Investments zum Beispiel. Oder ein Anreizsystem, „dass ich für Green Investments als

Versicherung nicht so viel Kapital rückhalten muss“. Auch gebe es am Markt „viel Ramsch“, und es stelle sich die Frage: „Wie schützen wir uns vor einer grünen Dotcom-Blase?“ „Wir haben auf europäischer Ebene gravierend falsche Lösungen, im Energiebereich, beim Biotreibstoff mit schlimmen Folgen für Landnutzung und Biodiversität“, bekräftigt Greenpeace-Geschäftsführer Egit. „Vor falschen Lösungen müssen wir uns schützen.“

Zankäpfel und Haltungsfragen

Kleine Lösungen sind oft nicht falsch, freilich auch nicht weltbewegend. Alexander Egit würde den (steirischen) Apfel vom Buffet seinem UNIQA Gegenüber auch dann nicht an den Kopf werfen, wenn er aus Neuseeland käme. Weil es in den Kernfragen doch ums Kerngeschäft gehe. Dennoch sei der Apfel eine Haltungsfrage. Die sich jeder Einzelne stellen müsse. Andreas Brandstetter: „UNIQA hat 20.000 Mitarbeiter, und jede, jeder hat ein Leben als Privatperson. Macht eine gewaltige Multiplikatorenwirkung.“ Die Transformation werde, sagt Greenpeace, von der Masse ausgehen, und damit stark von den Arbeitnehmern. „Mitarbeiter wollen auf ihr Unternehmen stolz sein. Wenn sie das nicht mehr können, machen sie Druck.“ Haltungsfragen als Spaltungsfragen? Nicht, wenn die Gespräche weitergehen. ■



Adam Pawloff, Alexander Egit, Klara Kaminski: Warnung vor „Green Washing“

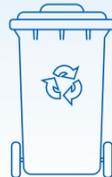


HANDELN STATT HEISSER LUFT

ENERGIE EFFIZIENT NÜTZEN

In Kroatien hat sich UNIQA als erste Versicherung dem Projekt ZelEn des nationalen Energieunternehmens Hrvatska elektroprivreda (HEP) angeschlossen. UNIQA bezieht damit Strom aus erneuerbaren Quellen und unterstützt indirekt Investitionen in mehr Energieeffizienz. Nutznießer sind Kindergärten, Schulen, Wohnheime und ähnliche Einrichtungen.

Zur Schonung von Ressourcen bei UNIQA Kroatien gehört auch das strenge Abfallmanagement: Behälter zur Mülltrennung sind flächendeckend Standard. ■



BEISPIELHAFTE PUTZBRIGADE

Mülltrennung und -vermeidung gehören auch in Polen zum Alltag. 2019 hat sich das Unternehmen von Plastikflaschen verabschiedet. Wasser gibt es nun ausschließlich in Glasflaschen.



Mehrfach wirkungsmächtig war das „Clean Up The World“-Wochenende Ende September: Mitarbeiter von UNIQA Polen haben gemeinsam mit Familie und Freunden im öffentlichen Raum Müll eingesammelt. So lassen sich Sauberkeit, Eigenmotivation und Vorbildwirkung verbinden. ■

UMSTEIGEN MUSS SICH LOHNEN

In Österreich schenkt UNIQA Neukunden bei der Eigenheimversicherung die ersten beiden Monatsraten, wenn sie Solar- und Photovoltaikanlagen, Wärmepumpen oder Wohnraumlüftungen nützen. Kunden, die sich für ein E-Auto entscheiden, bekommen bei der Kfz-Haftpflichtprämie einen Nachlass von 25 Prozent.

In der Ukraine ist UNIQA die erste Versicherung mit einem eigenen Angebot für Elektroautos: ECO CASCO umfasst Sonderprämien und diverse spezifische Absicherungen, zum Beispiel gegen Schäden an Batterie und Ladekabel. Auch eine Pannenhilfe ist im Paket inbegriffen. ■

Grüne Prozesse, Produkte und Services sind ein internationaler Auftrag. Die Beispiele aus der UNIQA Welt haben eine verbindende Klammer: bei sich selbst anfangen, auf andere ausstrahlen.

BÄUME WACHSEN IN DEN HIMMEL

In der Ukraine ist UNIQA seit Jahren einer der Treiber des Projekts „Green Office“. Ziel und Anliegen sind die Erhaltung der Wälder und die Eindämmung negativer Industrieauswirkungen auf die Umwelt. Dazu sammeln die Unternehmen Altpapier in den Büros und drucken verstärkt auf Recyclingpapier.

Jedes Jahr im Frühling kommen die Projektteilnehmer in Parks und auf Grünflächen von Kiew zusammen, um Bäume zu pflanzen. Auch im Kiewer Zoo. ■

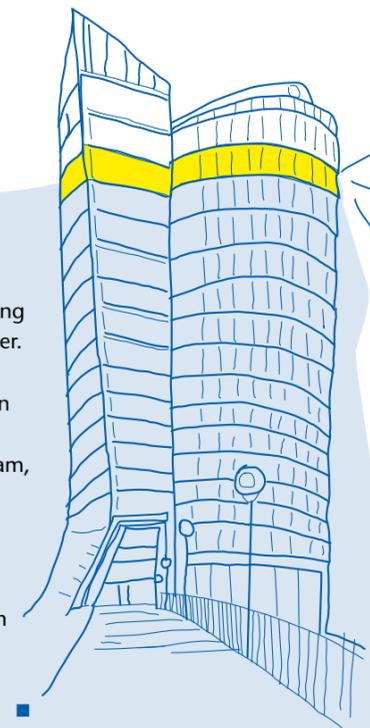
LEUCHTTURM FÜR DIE UMWELT

UNIQA hat sich den Umweltschutz auf die Fahnen und im Herbst 2019 auch auf die Unternehmenszentrale geschrieben:

„Denk handeln statt heiße Luft“, lief über einige Wochen mit Einbruch der Dämmerung öffentlichkeitswirksam um den UNIQA Tower.

Der Appell flankierte die Erdkugel und einen Countdown, beginnend um fünf vor zwölf. Die Social-Media-Kanäle Facebook, Instagram, Twitter und LinkedIn warfen parallel dazu Schlaglichter auf verantwortungsvolle Maßnahmen im Hause UNIQA.

Der UNIQA Tower ist ein echter Leuchtturm für den Klimaschutz: 2008 war er der erste Büroneubau Österreichs mit dem EU-Label „Green Building“. ■





IM SPITZEN-FELD

Unter der Lupe: Ausschläge beim Energieverbrauch lassen sich oft vermeiden

Unerklärliche Ausschläge in seinen Verbrauchsdiagrammen machen Energiemanager Stephan Neuberger sofort stutzig. An welchem der UNIQA Standorte in Österreich läuft ein Gerät ohne Nutzen oder ohne Not?

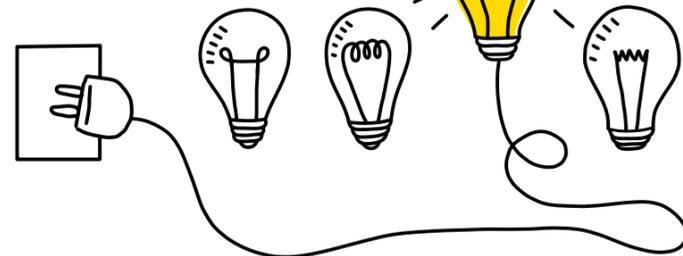
Belüftung am Wochenende, Beleuchtung die ganze Nacht: Dem neuen Energiemonitoring entgeht kein unnötiger Verbrauch. Stephan Neuberger von der Abteilung Interne Services analysiert die roten, gelben und grünen Ausschläge der Auswertungssoftware: „Ähnlich einem EKG können auch im Energiebereich durch Verläufe von Strom- und Wärmeverbrauch Rückschlüsse auf das Verhalten und manchmal Fehlverhalten von technischen Anlagen gezogen werden.“

In Neuberger's Grafiken ist es zumindest nachts am besten finster – nur dann läuft kein Gerät unnötigerweise außerhalb von Nutzungszeiten, mit veralteter Technologie oder einfach, weil es defekt ist.

Die Anbindung von rund 100 Standorten an ein Energiemonitoring ist in dieser Größe österreichweit und nicht nur im Versicherungsbereich einzigartig. Neuberger: „Wir leisten damit seit den Anfängen 2018 echte Pionierarbeit.“ Externe Auditoren von e7 Energie Markt Analyse haben das 2019 bestätigt.

Stromfressern auf der Spur

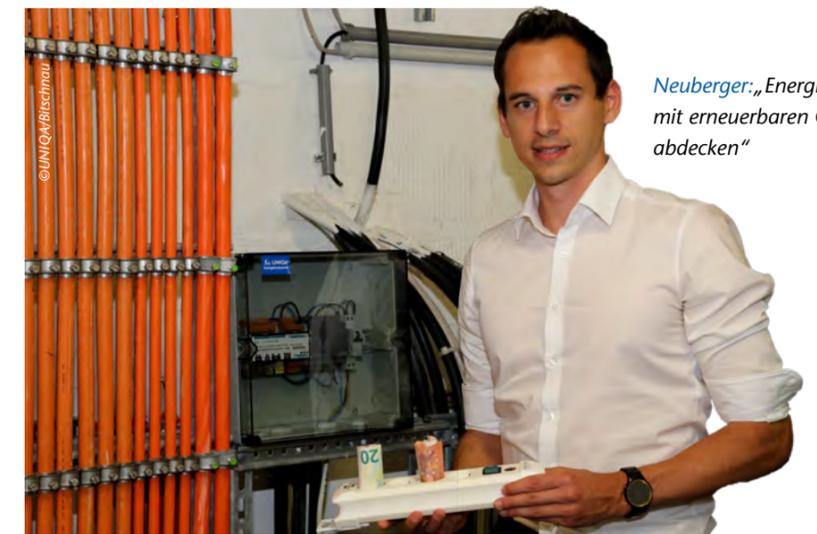
Zum Beispiel Wörgl, Tirol: Dort spart das Regionale ServiceCenter jetzt – aufs Jahr gerechnet – 14.000 Kilowattstunden Strom oder 62 Prozent des Gesamtverbrauchs. Eine Lüftungsanlage läuft sinnvollerweise nur noch während der Bürozeiten, und die Außenbeleuchtung ist zwischen 23 und fünf Uhr abgedreht. Manchmal arbeitet eine Außenbeleuchtung auch schlicht mit alter Technologie. In Korneuburg, Niederösterreich, ist der Stromverbrauch drastisch gesunken, seit LEDs die alten Beleuchtungskörper ersetzen. „Allein damit haben wir den elektrischen Leistungsbedarf während der Einschaltzeit von 3,5 auf 1,5 Kilowatt gesenkt“, betont Stephan Neuberger. Macht 14 Prozent Energieersparnis für den gesamten Standort.



Im RSC Mödling, Niederösterreich, war ebenfalls die hohe Grundlast in der Nacht auffallend, aber die Ursache eine andere: Ein Torluftschleier, der das Entweichen warmer Luft im Winter verringern soll, lief täglich 24 Stunden durch. Einfach, weil die Regelung defekt war. Gegenüber früher spart Mödling 37 Prozent Strom.

Nachrüster als Vorreiter

Für eine Wärmerückgewinnung 2018 gab es 2019 einen Preis: Das Umweltministerium zeichnete UNIQA als eines von österreichweit gerade einmal 25 Unternehmen im Rahmen des klimaktiv-Programms für seine Energieeffizienz aus. Die Nachrüstung eines größeren Wärmetauschers, veränderte Leitungsführungen und eine verbesserte Regelung hatten den Fernwärmeverbrauch des UNIQA Towers jährlich um rund

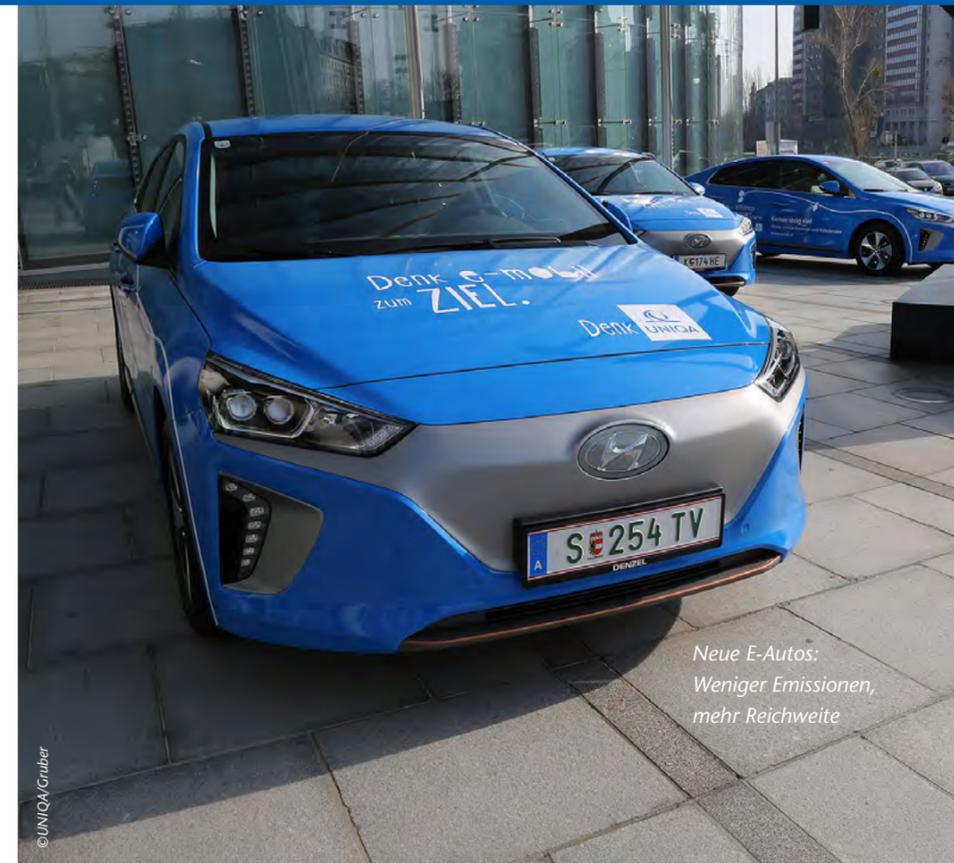


Neuberger: „Energieverbrauch mit erneuerbaren Quellen abdecken“

800.000 Kilowattstunden reduziert. Das entspricht dem jährlichen Wärmebedarf von 40 Durchschnittshaushalten. Die prämierten Firmen würden „demonstrieren, dass Maßnahmen zur Verbesserung der Energieeffizienz ökonomisch sinnvoll sind und zugleich einen wichtigen Beitrag zum Klima- und Umweltschutz darstellen“, so Sektionschef Jürgen Schneider bei der

Preisverleihung. UNIQA Energiemanager Stephan Neuberger: „Zur Bewältigung der Klimakrise ist es entscheidend, den Energieverbrauch so stark zu senken, dass er mit den – begrenzt vorhandenen – heimischen erneuerbaren Energieträgern vollständig abgedeckt werden kann. UNIQA will als aktiver Player dazu einen Beitrag leisten.“

WIR GEBEN TEMPO VOR



Neue E-Autos: Weniger Emissionen, mehr Reichweite

Eine nagelneue Firmenflotte aus Elektroautos hat im Frühjahr 2019 für Aufsehen gesorgt. 18 Hyundai IONIQ Elektro tourten in zwei Konvois über die Wiener Ringstraße und den Gürtel. Anschließend ging es zu den Bestimmungsorten in den neun UNIQA Landesdirektionen.

Die flotte Flotte bringt eine neue Generation Fahrkomfort für Mitarbeiter: 250 Kilometer Reichweite machen nun auch längere Strecken problemlos möglich. Mit dem Einsatz der 18 neuen E-Fahrzeuge sind die neun alten E-Autos und gleichzeitig auch neun herkömmliche Fahrzeuge mit Verbrennungsmotoren Geschichte. Der Kohlendioxidausstoß der UNIQA Firmenflotte sinkt damit im Durchschnitt von 106 Gramm auf 100 Gramm pro Kilometer. An UNIQA Standorten werden die Elektroautos außerdem nur mit 100 Prozent Ökostrom aufgeladen.

PAPIERKRAM ERLEDIGT!



Anträge bequem am Handy zu unterfertigen, spart bei uns seit März 2019 tonnenweise Papier.

Von der neuen elektronischen Unterschrift am Smartphone haben alle etwas: Kunden unterschreiben Anträge, wo immer es ihnen beliebt. Berater müssen keine Ausdrucke mehr einscannen. UNIQA braucht weniger Papier, und alle sparen Zeit.

„Das geht schnell und unkompliziert“, zitiert Christian Purtscher seine Kunden. Der Berater im Bezirk Feldkirch in Vorarlberg übergibt gerne einmal mehrere Angebote, damit die Interessenten in Ruhe ihre Entscheidung treffen können. Jetzt spart er sich und ihnen den Folgetermin. Andere UNIQA Mitarbeiter sprechen von „einem der sinnvollsten Projekte in letzter Zeit“, das „das Leben wirklich erleichtert“. Ein 76-jähriger Kunde zeigte sich „begeistert, was ihr alles könnt“. Das neue Service funktioniert problemlos, das Handling sei

einfach und die Papierersparnis eine große Erleichterung, meinen weitere Kunden.

Knapp zwei Tonnen Papier gespart

Seit es die elektronische Unterschrift am Smartphone gibt, haben sie 25.227 Kunden genützt. Macht 379.835 eingesparte Seiten oder 1,9 Tonnen Papier. Die Zahlen werden steigen, wenn Kunden Anträge weiterer Produkte mobil unterschreiben können – ein großer Wunsch der UNIQA Berater. Aktuell ist das Service für Kfz-Anträge, in der fondsgebundenen Lebensversicherung, in der Eigenheim-, der Wohnungs- sowie in der Unfall- und Rechtsschutzversicherung verfügbar. Einige wenige Einschränkungen gibt es: Wenn beispielsweise ein Mann das Ableben seiner Freundin versichern

möchte, ist deren handschriftliche Unterzeichnung notwendig.

Natürlich können Kunden auch direkt bei ihrem Berater elektronisch unterschreiben. Bereits seit Jahren sorgen Laptops mit Touchscreen im Vertrieb für eine stattliche Papiereinsparung. Vom Start Mitte 2015 bis Ende 2019 mussten knapp zehn Millionen Papierseiten nicht ausgedruckt werden, 48 Tonnen blieben unverbraucht. ■

Ausdruck, ade: Mobile Devices helfen Kunden und Mitarbeitern, Papier zu sparen

VERSICHERUNG GEHT EINFACH

Flexibel, ungebunden, online: Das sind die jungen Kunden zwischen 18 und 30 – ganz pauschal gesprochen. Bei UNIQA bekommen sie seit Oktober 2019 das erste auf sie zugeschnittene Versicherungsprodukt, eine Haushaltsversicherung, um ebenfalls ganz pauschale 5,60 Euro im Monat. Chilli passt genau für das WG-Zimmer oder die erste kleine Wohnung – bis 20.000 Euro ist der Wohnungsinhalt versichert, und das reicht



bei der Erstausrüstung allemal. Eine weltweite private Haftpflichtversicherung bis zu einer Million Euro (auch für Kinder bis 30) ist inkludiert. Besonders relevant für

die jungen urbanen Kunden von heute: Chilli ist monatlich kündbar.

Pauschal und flexibel

Die Chilli Haushaltsversicherung kann für junge Erwachsene, Studierende und Singles die perfekte Lösung sein. Genauso wie für die kleine Übergangswohnung nach einer Trennung oder – ganz flexibel – später im Seniorenheim. ■

WENIGER PRÄMIE, MEHR SICHERHEIT

Wenn schon ein Auto zur Matura, dann ein sicheres: Junge Lenker von 17 bis 23 sind mit dem Sicherheitsservice UNIQA SafeLine im Notfall geschützt und sparen außerdem die Servicegebühr von über 390 Euro für die ersten drei Jahre. Das GPS-Gerät mit mehreren Sicherheitsfunktionen im Auto und der Notfall-Knopf am Smartphone verbinden Prävention mit Akuthilfe. Bei einem Unfall, einer Panne oder einem Gesundheitsproblem drücken Fahrer den SafeLine Notfallknopf im Auto oder in der SafeLine App. Auf einen starken Aufprall reagiert der CrashSensor automatisch, Hilfe kommt schneller.

Handy weg!

Damit erst gar nichts passiert, belohnt UNIQA den Handyverzicht am Steuer. Wer während der Fahrt im Auto mit SafeLine das Smartphone beiseitelässt, spart bis zu 50 Prozent der Jahresnettoprämie in der Kfz-Haftpflicht. Auch wenn er kein Führerscheinneuling mehr ist. Denn Handynutzung am Steuer ist nach wie vor eine der häufigsten Unfallursachen. ■



RUHE NACH DEM STURM

Die Unwetterwarnung per SMS oder E-Mail macht Kunden rechtzeitig auf prognostizierte Stürme, Starkregen, Schnee oder Hagel am Wohnort aufmerksam. Millionen Menschen konnten so in den letzten 15 Jahren vor Eintreffen eines Gewitters noch Schäden verhindern. Seit Mai 2019 erhalten Servicenutzer ein zweites Mal Nachricht: UNIQA und der Wetterdienst UBIMET fragen im Rahmen eines Pilotprojekts nach einem Unwetter: „Alles-OK?“ Ein Perspektiven- und Paradigmenwechsel im Schadenmanagement: Wir warten nicht, bis der Kunde einen Schaden meldet, sondern kommen ihm zuvor und fragen nach, ob etwas passiert ist. Falls ja, geht es mit einem Klick zum Meldeformular. ■



BEI ANRUF ARZT

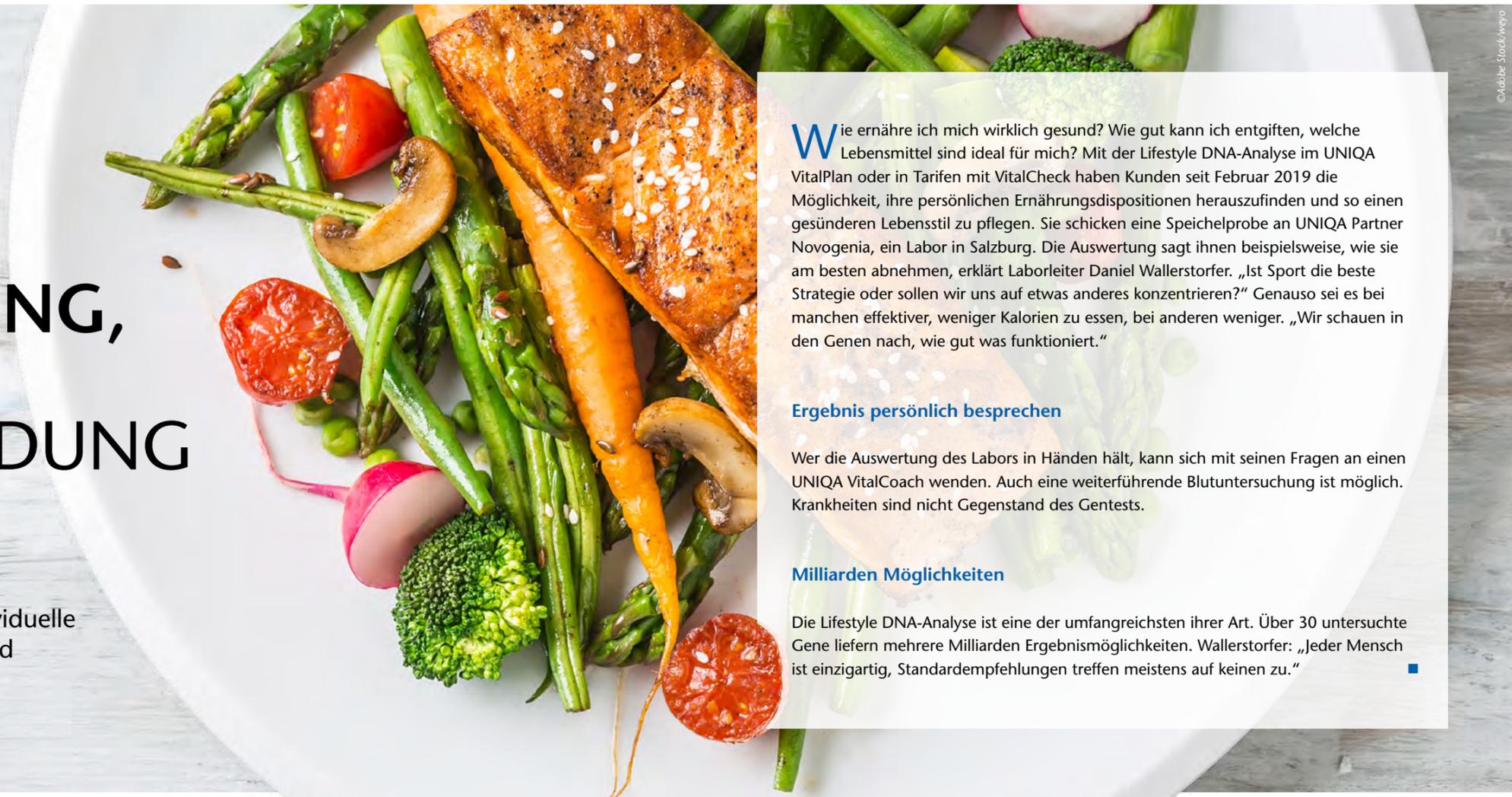
„Telemedizin ist die Zukunft“, sagt Roland Berger. Der Abteilungs- vorstand für Kinderheilkunde am St. Josef Krankenhaus in Wien denkt, „dass man zwischen 25 und 33 Prozent aller Ambulanzbesuche im Kinderbereich durch Tele- medizin einsparen“ kann. Die Vor- teile für alle Beteiligten liegen auf der Hand: Ärzte können zahlreiche Patienten von wo auch immer behandeln und sind nicht ortsge- bunden. Patienten müssen nicht lange in einem Warteraum sitzen, sondern können von zu Hause aus Informationen einholen.

Für Akut-Versorgt-Versicherte ist Telemedizin aktuell ein neuer Zusatznutzen. Mit dem Baustein zu einer Sonderklasse- oder ambulan- ten privaten Krankenversicherung sichern sich Kunden medizinische Erstversorgung in einer Privatklinik, nachts oder auch am Wochenende und an Feiertagen.

Seit 2019 ist Akut-Versorgt nach Wien und Salzburg auch in Graz, Klagenfurt und Lustenau (Vorarl- berg) verfügbar. Das Service spart seinen Nutzern die Wartezeiten in öffentlichen Ambulanzen. Telemedizin spart ihnen nun auch noch den Weg zum Arzt selbst. ■

MEINE ERNÄHRUNG, MEINE ENTSCHEIDUNG

Die neue Lifestyle DNA-Analyse gibt Auskunft über individuelle Veranlagungen rund um Ernährung.



Wie ernähre ich mich wirklich gesund? Wie gut kann ich entgiften, welche Lebensmittel sind ideal für mich? Mit der Lifestyle DNA-Analyse im UNIQA VitalPlan oder in Tarifen mit VitalCheck haben Kunden seit Februar 2019 die Möglichkeit, ihre persönlichen Ernährungsdispositionen herauszufinden und so einen gesünderen Lebensstil zu pflegen. Sie schicken eine Speichelprobe an UNIQA Partner Novogenia, ein Labor in Salzburg. Die Auswertung sagt ihnen beispielsweise, wie sie am besten abnehmen, erklärt Laborleiter Daniel Wallerstorfer. „Ist Sport die beste Strategie oder sollen wir uns auf etwas anderes konzentrieren?“ Genauso sei es bei manchen effektiver, weniger Kalorien zu essen, bei anderen weniger. „Wir schauen in den Genen nach, wie gut was funktioniert.“

Ergebnis persönlich besprechen

Wer die Auswertung des Labors in Händen hält, kann sich mit seinen Fragen an einen UNIQA VitalCoach wenden. Auch eine weiterführende Blutuntersuchung ist möglich. Krankheiten sind nicht Gegenstand des Gentests.

Milliarden Möglichkeiten

Die Lifestyle DNA-Analyse ist eine der umfangreichsten ihrer Art. Über 30 untersuchte Gene liefern mehrere Milliarden Ergebnismöglichkeiten. Wallerstorfer: „Jeder Mensch ist einzigartig, Standardempfehlungen treffen meistens auf keinen zu.“ ■



VORSORGE IST DIE BESTE SORGE

Der Mobile HealthCheck, der UNIQA Check-up oder mobile Vorsorge-Truck auf Rädern, bringt Gesundheitsvorsorge zu Betrieben und ihrer Belegschaft. An 51 Einsatztagen haben sich 2019 rund 3.000 Mitarbeiter in einem der drei Module testen lassen: RückenCheck, VorsorgeCheck und FitnessProfil.

Krankheiten früh erkannt

Beim besonders häufig angeforderten VorsorgeCheck kommen hochwertige Testmethoden und modernste Untersuchungsgeräte zum Einsatz. Das kann (auch lebens-)entscheidend sein: 2019 hat das Team aus Ärzten und Assistenten verschiedene abnorme Organveränderungen bis hin zu Krebserkrankungen entdeckt. Die betroffenen Personen hätten von ihren Krankheiten sonst wohl erst erfahren, wenn aus der Vorsorge längst Sorge geworden wäre. ■

ERSTES SERVICE OHNE POLIZZE

Die neue Wunschfit-Box ist ein Meilen- stein auf unserem Weg vom klassischen Produkthanbieter zum Serviceprovider. Ob UNIQA Kunde oder nicht, das Paket mit persönlichem Coaching kann jeder erwerben – für sich selbst oder auch für andere. Um 120 Euro gibt es ein zweistün- diges Analysegespräch mit einem UNIQA VitalCoach und viel Motivation, etwa in Form von Postkarten und Plakat, über die Dauer von vier Wochen. Außerdem eine Box: gefüllt mit einem Laufgurt, einem Theraband und dem ersten Motivationsschub. ■



Realistische Ziele

Gemeinsam mit den VitalCoaches stecken die Konsumenten Ziele ab, die tatsäch- lich erreichbar sind. Ohne Leistungsdruck, mit dem gerade möglichen Zeitaufwand. Kniebeugen zur Oberschenkelkräftigung lassen sich auch beim Zähneputzen machen. ■

UNFALL VERSICHERN, UNFALL VERMEIDEN

Prävention ist mehr als Kranken- und Pensionsversicherung. Prävention ist seit September 2019 auch Teil unseres neuen Unfalltarifs. Wer lieber gesund bleibt als gesund wird, kann seinen Versicherungsschutz um das Vorsorge- Paket erweitern und einmal jährlich wahlweise VitalCoach-Einheiten, ein FitnessProfil, ein Fahrersicherheitstraining oder einen Erste-Hilfe-Kurs absolvie- ren. Letztere zwei sind auch für den Führerschein anrechenbar.

Pro Jahr passieren in Österreich etwa 800.000 Unfälle. Drei Viertel davon im Haushalt und bei der Freizeitgestaltung. Nur eine private Unfallversicherung kann hier die finanziellen Folgen abfedern. ■

Quelle für ein gutes Leben

Mit der Zeitschrift *carpe diem* haben UNIQA und das Red Bull Media House für gesundheitsbewusste Kunden einen inspirierenden Lebensbegleiter geschaffen.



h

Haikal Saadaoui, Kundenberater in Wien, nimmt gerne Zeitungen zur Hand, wenn er seine Kunden auf ein Thema hinweisen möchte. Die Gefahr eines Unfalls zum Beispiel. Kein schöner Gedanke. Abschreckend. Bad News. Besonders gerne greift Saadaoui in letzter Zeit daher zu carpe diem. Das Magazin aus dem Red Bull Media House ist voll von Good News. Anregungen für ein gutes Leben ohne Druck, ohne Besserwisseri. Saadaouis Frage an seine Kunden lautet dann: „Willst du glücklich werden?“ Vielleicht so glücklich – und steinalt – wie die Menschen in der Blue Zone Sardinien, vorgestellt in der Erstausgabe von carpe diem? Was braucht es dazu? Was kann UNIQA beitragen?

Crossmediales Projekt

carpe diem, das ist Inspiration für ein gutes Leben. Thematische Säulen sind Ernährung, Bewegung, Erholung und Bewusstsein

in einem am Magazinmarkt auffallend ausgewogenen Mix. Im Juni 2019 ist die erste Ausgabe erschienen, seither kommt carpe diem alle zwei Monate gedruckt und zwischendurch online. UNIQA ist an dem Medienprojekt zweifach beteiligt: erstens mit Themen und Experten zu Gesundheit und Vorsorge – vor allem in den digitalen Artikeln, die unter der neuen Magazinmarke auch eigens für die Website unika.at und Social-Media-Kanäle entstehen. Zweitens geht das rund 148 Seiten starke Magazin regelmäßig an Kunden und an Mitarbeiter. Im Zeitschriftenhandel ist carpe diem um 5,40 Euro erhältlich.

Anregung statt Anweisung

„Der Claim der neuen Medienmarke aus dem Hause Red Bull, nämlich ‚Zeit für ein gutes Leben‘, und unsere Mission ‚Sicher, besser, länger leben‘ passen so perfekt zusammen, dass es für uns nur logisch war, diese Kooperation einzugehen“, sagt CEO Andreas Brandstetter. „Mit carpe diem geben wir unseren Kunden Input für eine gesundheitsbewusste Lebensgestaltung.“ Input, nicht Anweisungen. Herausgeber Andreas Kornhofer: „carpe diem ist wie eine gute Freundin oder ein guter Freund. Magazin und Onlineportal kommen ohne erhobenen Zeigefinger aus, laden zum Ausprobieren ein und bestärken, nützliche Dinge zu guten Gewohnheiten werden zu lassen. Die Inspirationen, die carpe diem liefert, sollen einfach in unseren Alltag

Leserinnen bezeichnen das neue Magazin schon nach zwei, drei Nummern als „Lebensbegleiter“. „DIESES Magazin war das erste überhaupt, welches ich wirklich von Anfang bis Ende gelesen habe.“
*„Sehr inspirierend.“
 „Ich liebe es.“*



SABINE PRAUNSEIS,
UNIQA MITARBEITERIN IM
BURGENLAND UND FREIWILLIGE
CARITAS-HELFERIN

LEISTUNGSDRUCK GIBT'S NICHT

Zeit für ein gutes Leben bedeutet für mich, in der Behindertenwerkstätte der Caritas in Wimpassing mit den Menschen mit besonderen Bedürfnissen zu arbeiten. Es ist eine sehr gute Zeit, weil man nicht unter Leistungsdruck steht. Mit Druck geht bei diesen Menschen gar nichts. Wenn sie zum Beispiel nicht mehr lesen wollen, dann ist die Konzentration weg, und es hat keinen Sinn, weiterzumachen. Ich tanke Kraft, kann vom Alltag herunterkommen, Entspannung finden und übernehme gleichzeitig ein wenig Verantwortung für andere. Es kommt so viel Wärme zurück.

Ein gutes Leben ist für mich, dass ich ein Dach über dem Kopf habe, Essen und Kleidung kaufen kann, ohne nachdenken zu müssen, wie und wann ich Geld genug dafür habe. Dass ich gesund bin, Arbeit habe und – ich denke, das Wichtigste – Familie und Freunde, die einen in schlimmen Zeiten unterstützen. Zeit ist Einteilungssache. Ich achte sehr darauf, dass ich nicht zu viel in einer Woche plane, weil ich auch Zeit benötige, um gemütlich mal ein Buch zu lesen oder einfach nur Ruhe und Stille zu haben – die Natur ist hier sehr wichtig für mich. Sicher passiert es mir auch manchmal, dass ich mir zu viel einteile. Wenn ich dann klage, keine Zeit zu haben, dann ist das ein Zeichen, die Einteilung zu überdenken.

carpe diem gefällt mir, weil die Zeitschrift so positiv ist und viele gute Vorschläge für ein gutes, gesundes Leben hat. Gesundheit und ein gutes Leben auch im Alter, das sind genau die Schwerpunkte von UNIQA.

integrierbar sein – allerdings ausschließlich auf Basis der neuesten wissenschaftlichen Erkenntnisse. Genau diese Balance macht die Einzigartigkeit von carpe diem am Medienmarkt aus.“

Sicher, besser, länger leben

Kein UNIQA Produktfolder. Hochwertiger Lesestoff im Themenumfeld eines führenden Gesundheitsversicherers. Eine Geschäftsauslage zum Stöbern und Gustieren. Oder ein Feld zum Träumen. Kundenzentrierung: Zuerst kommt die Lebenswelt der Menschen. Erst dann kommen wir mit einer möglichen Lösung. Kundenberater Haikal Saadaoui träumt gerne gemeinsam mit seinen Kunden. Jeder wolle seinen Lebensstandard auch im Alter behalten, keiner möchte dann auf etwas verzichten. carpe diem sei voller Identifikationsmöglichkeiten für ein sicheres, besseres, längeres Leben.

Leserinnen bezeichnen das neue Magazin schon nach zwei, drei Nummern als „Lebensbegleiter“. „DIESES Magazin war das erste überhaupt, welches ich wirklich von Anfang bis Ende gelesen habe.“ „Sehr inspirierend.“ „Ich liebe es.“

„Wir wollen die Zufriedenheit unserer Kunden erhöhen“, bringt es Andreas Brandstetter auf den Punkt. „Mit carpe diem gelingt uns das. Es macht uns im Leben unserer Kunden relevant. Sie denken nicht nur an uns, wenn ihnen etwas passiert ist.“ Good News statt Bad News.

FOTOS: Adobe Stock, UNIQA/Filippich



MICHAEL JANOSCHEK, UNIQA MITARBEITER IN WIEN UND SING-LEITER

SINGEN GEGEN STRESS

Mir hat Singen immer schon Freude gemacht. Meiner Frau überhaupt nicht. Dann hat sie eine Freundin zu einem Heilsamen Singen mitgenommen und sie war so begeistert, dass wir beim nächsten Mal beide gegangen sind. Heute bieten wir Heilsames Singen selbst an, in Reha-Kliniken, aber auch bei UNIQA. Die Leute kommen gestresst vom Job und nach eineinhalb Stunden sind sie freudig entspannt.

Singen verbessert die Herzratenvariabilität, also die Flexibilität des Herzes, seine Leistung an die Situation anzupassen. Singen vertieft die Atmung. Aber vor allem schafft Singen ein Gemeinschaftsgefühl, eine ganz neue Vertrautheit, es öffnet für sich selbst und andere.

Man baut Hemmschwellen ab. Früher war Singen ja etwas Alltägliches. Durch den Leistungsdruck ist die Freude verloren gegangen, die Leute genießen sich. Dabei habe ich noch nie jemanden getroffen, der mich mit seinem Singen vertrieben hätte. In unseren Kursen singen wir Lieder mit einfachen Melodien und Texten, ohne Notenblätter, damit die Freiheit nicht verloren geht. Meist nehmen wir kleine Meditationen hinein, immer auch Bewegung. Das bringt Freude und Leichtigkeit.

An carpe diem schätze ich die Qualität der Inhalte. Die Kooperation ist toll für UNIQA, weil wir unsere Kompetenz beim Thema Vorsorge einbringen.



DANIEL RUNGE, UNIQA VITALCOACH IN TIROL UND BIKEFITTING-EXPERTE

VOLL IM FLOW

Ich bin früher professionell Triathlon gefahren und Bikefitting war schon mein Thema, bevor es als Trend so richtig aufgekommen ist. Wenn ich mit einem Kunden an seiner Rad-Anpassung arbeite, dann bin ich voll im Flow, weil der Moment keine andere Tätigkeit zulässt. Dann klappt auch die Umsetzung perfekt und es stellt sich mitunter die Gänsehaut auf, voller Fokus, der sich nicht anstrengend anfühlt.

Ein gutes Leben heißt für mich, dass ich gesundheitlich, beruflich und familiär gut im Leben stehen darf. Als Vater kleiner Kinder weiß ich, dass das nicht einfach ist. Man tut sich leichter, vielleicht noch die halbe Stunde am Abend rauszugehen, wenn der Chip schon einmal aufgeladen war, wenn man auf etwas aufbauen kann.

carpe diem transportiert all die Inhalte, die auch ein VitalCoach ausübt, das trägt zum Verständnis bei. Ich mag das Papier, ich kann etwas angreifen und bleibe beim Durchblättern eher an etwas hängen, als wenn ich es nur digital vor mir habe. So kann Zeit für ein gutes Leben entstehen.

FOTOS: Adobe Stock | tezzstock, Privat



Kluge Leute essen Suppe. Suppe ist *Philosophie* – und lässt sich *bequem* auf Vorrat kochen.

Basische Apfel-Sellerie-Suppe

Entsäuern macht lustig

ZUTATEN

für 4 – 8 Portionen

50 g Zwiebel

20 g Butter

2 Äpfel (ca. 300g)

1/2 TL frischer Ingwer

100 g Sellerie

500 ml Gemüsebrühe

500 ml Milch

Meersalz, weißer Pfeffer

50 ml Obers

125 ml Weißwein

1 Handvoll Zitronenmelisse

ZUBEREITUNG

Zwiebel klein schneiden und in Butter anschwitzen.

Apfel (einige Spalten für die Deko aufbewahren),

Ingwer und Sellerie schälen, würfeln und zugeben.

Mit Brühe und Milch auffüllen, etwa 10 Minuten weich kochen. Mit einer Prise Salz, Pfeffer, Obers, Wein und

einem Teil der Melisse pürieren. Mit Melisse und

Apfelspalten garniert anrichten.

Anregung: 2 EL Currypulver ergeben eine

Variante. Statt Brühe kann man auch Apfelsaft nehmen.

Rezepte aus carpe diem bekommen UNIQA Mitarbeiter mittlerweile zu Mittag: die Apfel-Sellerie-Suppe, nachgekocht von Do & Co im Platinum des UNIQA Towers

FOTOS: Eisenhut & Mayer
FOOD-STYLING: Alexander Rieder
SET-STYLING: Sabina Dzinic

ZÜNDSTOFF PENSIONEN



Ist das österreichische Pensionssystem den demografischen Herausforderungen gewachsen? Nein – aber nicht weitersagen! Wir haben uns 2019 mit der „Senioren-Nessel“ bereits die Finger verbrannt. Und legen für mehr Generationengerechtigkeit jederzeit wieder die Hand ins Feuer.

Wenn man für das Aufzeigen von Tatsachen mit sarkastischen Preisen beehrt wird, dann sehr gerne und bitte noch mehr davon: Das hat einer unserer Mitarbeiter zur Verleihung der „Senioren-Nessel“ im Intranet gepostet. Unsere offenbar brandgefährlichen Behauptungen sind in einem Video gefallen, auf Basis nachvollziehbarer Daten.

UNIQA Volkswirtschaftler haben die Entwicklung der Pensionskosten in unterschiedlichen Szenarien hochgerechnet. Ihre Prognose kommt im schlimmsten Fall zu diesem Fazit: Wenn das faktische Pensionsantrittsalter unverändert bei durchschnittlich 60 Jahren bleibt, explodieren die Kosten für das Bundesbudget von aktuell rund 20 auf 168,4 Milliarden Euro im Jahr 2060. Ab 2025 könnte die Zahl der Menschen im erwerbsfähigen Alter im Verhältnis zu den Pensionisten bereits unter zwei fallen und bis 2060 nur noch knapp über eins liegen.

Schaden für die Gesellschaft

Der Österreichische Seniorenrat und der Österreichische Journalisten Club entschieden sich dafür, die Augen vor den Fakten zu verschließen, dem brennenden Thema mit Sarkasmus zu begegnen, und wir haben die „Senioren-Nessel“ im Parlament entgegengenommen. Wenn es um die

Wahrheit geht, setzen wir uns gerne in die Nesseln. Den Schaden hat die Gesellschaft als Ganzes: Wenn immer mehr staatliche Mittel in die Pensionen fließen, fehlt Geld in anderen Budgets – für Familien, für Bildung, für Zukunft.

Frauenthema Vorsorge

Auch den Frauen fehlt das Geld. Und viele merken es erst, wenn es zu spät ist. Berufswahl, Karrierewege, Rollenbilder, Familienzeiten, Teilzeitarbeit führen zum Gender-Pay-Gap, und der nahtlos zum Gender-Pension-Gap: den Folgen des Einkommensgefälles zwischen Männern und Frauen für die Pension. Auch dazu

Zahlen aus einem UNIQA Video: Die durchschnittliche Österreicherin bekommt mit 1.038 Euro monatlich um 539 Euro weniger Pension als ihr männliches Pendant (1.577 Euro). Je nach investierter Familienbetreuungszeit differieren die Pensionsbezüge zwischen Mann und Frau um einige Hundert Euro – auf der Basis vergleichbarer Jobs. Was daraus folgt: Frauen müssen ihre Vorsorge rechtzeitig selbst in die Hand nehmen. Modelle wie das freiwillige Pensionsplitting für Eltern können unterstützen, eine private Absicherung empfiehlt sich, je früher, desto besser. ■



VORSORGEN MIT UMWELTSIEGEL

Verantwortungsvoll vorsorgen hat bei UNIQA auch eine gesellschaftliche und ökologische Dimension. Die Österreichische Gesellschaft für Umwelt und Technik (ÖGUT) nennt unsere 2019 vorgelegte Kapitalveranlagungsrichtlinie „eine gute Basis, um das Portfolio entsprechend nachhaltig auszurichten“. Als einzige ÖGUT-zertifizierte Versicherung versprechen wir Kunden der klassischen Lebensversicherung, unsere Assets auch auf ethische Standards abzuklopfen. Negativkriterien sind etwa Rüstung, Nuklearenergie oder Menschenrechtsverletzungen.

Neu: Nachhaltigkeitsfonds

In der fondsgebundenen Lebensversicherung haben unsere Kunden mittlerweile starke alternative Investitionsmöglichkeiten. Je nach Vertriebschiene bieten wir Fonds von Raiffeisen Capital Management, Kepler-Fonds und Amundi Asset Management an. Die Fonds führen externe Prüfsiegel wie das Österreichische Umweltzeichen oder investieren in Wertpapiere, die auf Nachhaltigkeit geratet werden. Amundi beispielsweise kooperiert mit dem CDP, einer global vernetzten Nichtregierungsorganisation und Pionier in Sachen CO₂-Transparenz. ■

KUNSTGENUSS FÜR GROSS UND KLEIN

Als Partner des Kinder- und Jugendprogramms der Salzburger Festspiele liefert UNIQA seit 2013 einen wichtigen Beitrag zur Jugendförderung. 2019 begeisterte die Oper „Der Gesang der Zauberinsel“ von Marius Felix Lange das junge Publikum. Alle lachten, zitterten und fieberten mit, als Heldin Angelika sich auf die abenteuerliche Suche nach Sänger Mirza begab.

Opernbetrieb aus Kindersicht

Erstmals konnten die Kinder und Jugendlichen im Rahmen von Schulprojekttagen nicht nur die Kinderoper erleben, sondern

auch einen ausgiebigen Blick hinter die Kulissen werfen und all ihre Fragen stellen.

40 Schüler der Volksschule Moosdorf unternahmen selbst einen „Ausflug auf die Zauberinsel“ und lernten dabei Berufe in der Oper hautnah kennen. Bei einer Schnitzeljagd durchs Festspielhaus konnten sie das Gelernte gleich praktisch anwenden.

Ein besonderes Highlight erlebten auch 50 Schüler der HLW Neumarkt. Sie lernten während der Schulprojekttage am Beispiel der Kinderoper, wie man seine Ideen richtig verkauft und überzeugend präsentiert. ■



©UNIQA/Andreas Kolarik

Es ist nie zu spät, aber auch nie zu früh, um Menschen für Kunst und Kultur zu begeistern. UNIQA unterstützt seit vielen Jahren Aktionen für den Nachwuchs.



Oper für Kinder: Bei den Salzburger Festspielen konnten Schüler auch den Betrieb hinter der Bühne erleben



©Adobe Stock / RADU BERCAN

AB INS MUSEUM!

Gleich in vier Bundesmuseen – Belvedere, Albertina, mumok und Kunsthistorisches Museum – konnten sich rund 500 UNIQA Mitarbeiter im Vorjahr kostenlos umschaun. Die neu eingeführten UNIQA Tage in Museen lösten die beliebten und daher immer sehr rasch ausgebuchten Mitarbeiterführungen ab. Um teilnehmen zu können, mussten sich die Interessierten lediglich anmelden und konnten jeweils eine Begleitperson zu ermäßigtem Eintritt mitnehmen.

Den größten Andrang verzeichnete das KHM, wo Kunst von Caravaggio und Bernini sowie weitere Hauptwerke des römischen Frühbarocks erstmals gemeinsam in Wien zu sehen waren. ■

WIR LEBEN WORK-LIFE-BALANCE

Mit vielen Initiativen sorgt UNIQA in Polen dafür, dass sich Beruf, Familie und Freizeit besser unter einen Hut bringen lassen. Mit der Fitqbe-Plattform etwa unterstützt UNIQA Polen Mitarbeiter bei einem gesunden Lebensstil und macht das Zusammenarbeiten an verschiedenen Orten leichter.

Rund um den Tag der Familie am 15. Mai erhielten Mitarbeiter zwei Stunden mehr Zeit für die Familie. Und als im April in Polen ein großer Lehrstreik drei Wochen lang für einen Ausfall der Kinderbetreuung sorgte, wurden in Łódź kurzerhand 20 Kinder zwischen sieben und elf Jahren in einem Konferenzraum übergangsweise betreut. ■

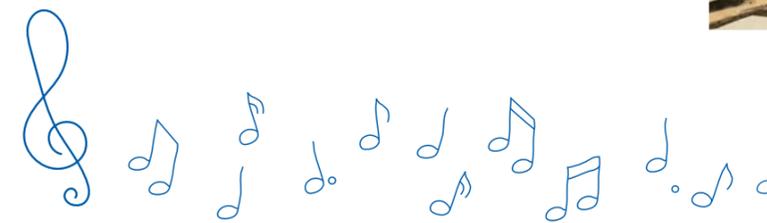
WIR FÖRDERN JUNGE MUSIKER

In der Ukraine war UNIQA 2019 bereits zum achten Mal in Folge Partner des internationalen Wettbewerbs für junge Musiker in Kiew mit Teilnehmenden aus der Ukraine, weiteren europäischen Ländern, Kanada, China und den USA.

Auch für das Kunstprojekt „Angel“ ist UNIQA ein wichtiger Partner. Von August bis Oktober 2019 fand in Lemberg die große Ausstellung mit Kunstwerken zum Thema Engel statt: mit mehr als 400 Exponaten aus über 30 Museen und Privatsammlungen. ■



©Maksym Bilousov



©UNIQA/Anna Kräftner

WIR GRÜNDEN EINEN CHOR

Alte Talente wiederaufleben lassen oder ganz neue Talente entdecken können Mitarbeiter seit 2019 im neuen UNIQA Chor. ■

In der Gruppe zu musizieren, macht nicht nur Spaß, sondern sorgt auch für ein tolles Gemeinschaftsgefühl. Auf Initiative des Risikomanagements wurde gemeinsam mit Human Resources der erste UNIQA Chor ins Leben gerufen. „Es war total schön“, schwärmt Kollegin Ursula Gessl von den ersten Proben im Dezember in der UNIQA Zentrale. Rund zwei Dutzend

Frauen und Männer aus allen möglichen Bereichen, mit und ohne Chorerfahrung, waren gekommen, um unter der Leitung von Berufsmusiker Johannes Mertl Lieder aus unterschiedlichsten Genres zu proben. Sogar eine UNIQA Pensionistin schloss sich an. „Herr Mertl hat uns am Keyboard begleitet und war sehr zufrieden mit uns“, erzählte Gessl, bei der besonders die

Interpretation von „Let It Shine“ Eindruck hinterlassen hat.

Auftritt geplant

„Das ist nicht nur ein echt schöner Song, sondern auch ein super Motto für uns!“ Zweimal im Monat wird geprobt, ein erster offizieller Auftritt ist wahrscheinlich. ■



TEAMSPORT MACHT SCHULE

Als langjähriger Sponsor österreichischer Schülerligen freute sich UNIQA 2019 über insgesamt 11.000 Burschen und Mädchen in den Bewerbungen. Der ORF berichtete im Magazin „Schule bewegt“ über alle Bundesfinale. Bei den UNIQA School Championships Boys setzte sich das BG/BRG Polgarstraße durch. Bei der 39. Bundesmeisterschaft im UNIQA Handball Schulcup sicherte sich bei den Schülerinnen das BRG/BORG Dornbirn Schoren den Titel, bei den Schülern

das BRG Krems Ringstraße. Den UNIQA Basketball Schulcup gewannen das GIBS Graz bei den Mädchen und das BG/BRG Klosterneuburg bei den Burschen.

Allein 3.195 Schülerinnen spielten in der immer beliebteren UNIQA MädchenfußballLIGA mit. 226 Teams, neun mehr als 2018, rangen um den Einzug ins Finale, in dem die SMS Wiener Neustadt die Bundesmeisterschaft erstmals für sich entschied.

Junge Spieler und Publikum sind bei den UNIQA Schülerligen gleichermaßen im Ballfieber.

Denk mal gewinnst du, mal lernst du

Nicht alle konnten als Sieger hervorgehen. Doch auch Niederlagen seien lehrreich, betont Sylvia Pobatschnig, UNIQA Marketing Steiermark: „Denk mal gewinnst du, mal lernst du.“ Genau genommen verliere bei den Schulbewerben ohnehin niemand, sagt Erwin Gruber, Sportsponsoring: „Wenn es gelingt, Kinder zum Sport, zu einem gesunden Lebensstil zu animieren, haben wir alle gewonnen.“

Mädchensport: Bei den Basketballerinnen siegte 2019 das GIBS Graz

GESUNDHEIT, DIE SPASS MACHT

Sie kennen Airtrack und Longboard nicht? So ging es auch vielen der 6.500 Schüler, bevor sie im Sommer am dritten UNIQA Trendsportfestival teilnahmen. In Kooperation mit SPORTUNION konnten sie an rund 180 Stationen in allen Bundesländern jede Menge coole Sportarten ausprobieren.

Trendige Sportarten, echte Vorbilder

Nichts macht mehr Lust auf Bewegung als die richtige Sportart – aber die will erst einmal gefunden werden. Und weil es daneben auch echte Vorbilder braucht, konnten viele Schüler ihre Sportidole sogar persönlich treffen: Skirennläuferin Christine Scheyer und Olympiasieger Matthias Mayer.

Trendig: Lieblingsportart finden



Teamsport: Mitarbeiter mit olympischem Geist

UNGARN BEI DEN SPECIAL OLYMPICS

UNIQA Ungarn unterstützte die Special Olympics World Games in Abu Dhabi und Dubai mit einer Vollkaskoversicherung für das 62-köpfige ungarische Team. Die Athleten gewannen in 14 Sportarten 69 Medaillen, davon 32 in Gold.

Mitarbeiter nahmen außerdem am Laufprogramm des ungarischen Special-Olympics-Teams teil. Ziel: in Gruppen übers Jahr jeweils 2.019 Kilometer zu laufen.

EIN KÜKEN ALS MOTIVATOR

UGOTCHI spornt schon die Jüngsten zu mehr Bewegung und Entspannung an.



UGOTCHI: Maskottchen für Schulküken

Als Maskottchen erfreut sich das Küken UGOTCHI bei Volksschülern in Österreich großer Beliebtheit. Das gleichnamige Programm kombiniert Bewegung mit gesunder Ernährung, kann einfach in die schulischen Abläufe wie auch in die Freizeit integriert werden und bindet die Eltern ein. Mit dem UGOTCHI-Punkteheft

sammeln die Schüler Punkte für den Besuch einer Stunde im Sportverein, genügend Schlaf, Bewegung in der Pause oder eine gesunde Mahlzeit. Je aktiver sie sind, desto besser fällt das Ergebnis der Klasse aus. Das fördert das Miteinander. 2019 bauten SPORTUNION und der Schulverein SIMPLY STRONG in Partnerschaft mit der UNIQA Stiftung UGOTCHI – auch unter Einsatz von Vital4Heart-Übungen – weiter aus. Im Fokus standen Entspannung und Achtsamkeit (siehe Seiten 42 ff.).

Jedes sechste Volksschulkind dabei

2019 nahmen 1.091 Klassen zwischen Neusiedler See und Bodensee kostenlos an dem Programm teil. Damit gestaltete im Vorjahr schon jedes sechste Volksschulkind in Österreich mit UGOTCHI seinen Lebensstil gesundheitsbewusster.

LAUFEN FÜRS LEBEN

UNIQA fördert quer durch die Länder einen gesunden, aktiven Lebensstil. In Rumänien nahmen Mitarbeiter samt Familien am UNIQA Asigurari Bucharest 10K & Family Run mit 7.000 Läufern teil. Weil Bewegung nicht nur einem selbst, sondern auch anderen hilft, ermöglichte UNIQA Polen in Łódź einen Lauf für Kinder mit Behinderung. Auch hier mit einem eigenen UNIQA Team.

In der Ukraine unterstützte UNIQA die sechs Veranstaltungen der Ukraine Running League 2019 als offizieller Versicherungspartner. Gemeinsam mit dem Starterpaket erhielten alle erwachsenen Langstreckenläufer automatisch eine Unfallversicherung.

SIMPLY STRONG MACHT DEN UNTERRICHT BESSER

Bewegungspause:
Ursula Eichler, Lena, Matteo
und Chiara holen sich frischen
Schwung

Der Schulverein SIMPLY STRONG mit seinen drei Bewegungsprogrammen Vital4Brain, Vital4Heart und Vital4Body bringt frischen Schwung und Lerneifer in Österreichs Schulklassen. Die UNIQA Stiftung macht es möglich, dass SIMPLY STRONG für Schüler, Eltern und Lehrer kostenlos zugänglich ist.



WEITER- GEBEN

MIT UNSEREN GESUNDHEITSANGEBOTEN
WOLLEN WIR VOR ALLEM DIE JUGEND
ERREICHEN. DABEI HILFT UNS DIE
TECHNIK VON MORGEN





Schulalltag: Stundenlang aufmerksam ohne Bewegung? Das geht nicht, sagt Lena Pake

Drei bis sechs Minuten Bewegungspause, und Schüler können wieder zuhören, verstehen, sich konzentrieren. Für Vereinsgründer Werner Schwarz, die Programmentwicklerin von Vital4Heart Ursula Eichler und die Lehrerin Sigrid Landl vom Bundesgymnasium Zehnergasse in Wiener Neustadt ist SIMPLY STRONG aus dem Unterrichtsalltag nicht mehr wegzudenken.

Eine österreichweite Ausbildungsoffensive, Onlinematerial und motivierte Schüler wie Chiara, Matteo und Lena bringen die Übungen, deren Wirksamkeit wissenschaftlich belegt ist, in die Breite.

Das aktuelle Nachhilfebarometer der Arbeiterkammer sagt, jedes dritte Kind in Österreich braucht Nachhilfe. Noch nie war diese Zahl so hoch. Warum?

Werner Schwarz: Schülerinnen und Schüler können heute über weite Strecken nicht mehr zuhören. Sie sind nicht bei der Sache, nicht konzentriert und merken sich wenig. Zugleich machen es sich die Eltern oft zu leicht mit einer Nachhilfe. Sie müssten sich stattdessen mehr mit ihren Kindern auseinandersetzen. Aber auch die Lehrer reflektieren zu wenig: Habe ich in dieser Stunde meine Inhalte vermitteln können, war ich lehrwirksam?

Lena Pake: Das mit dem Zuhören stimmt, sieben Stunden lang ohne Sportunterricht in der Klasse aufmerksam sein, das ist unmöglich.

Matteo Landl: Ohne Bewegung geht schon nach der vierten Stunde nichts mehr.

Deshalb soll SIMPLY STRONG Bewegung in den Unterricht bringen. Warum eigentlich „simply“?

Werner Schwarz: Weil man die Übungen ganz einfach machen kann, ohne Turnsaal, ohne Sportgeräte, ohne irgendwelche Hemmschwellen.

Sigrid Landl: Viele wollen sich zum Beispiel nicht umziehen. SIMPLY STRONG ist einfach in der Anwendung, man kann es überall hineinbringen, auch in den Sprachunterricht. Drei bis sechs Minuten Bewegungspause genügen, und die Schüler können wieder besser zuhören, besser verstehen. Auch als Lehrer kommt man wieder in Schwung.

Diese Bewegungspausen streut man also ein, wenn nichts mehr geht?

Sigrid Landl: Idealerweise einen Moment bevor nichts mehr geht.

Ursula Eichler: Das ist auch altersabhängig. Volksschüler haben noch eine geringere Aufmerksamkeitsspanne. Je jünger die Kinder sind, desto öfter benötigen sie eine kurze Unterbrechung.

Werner Schwarz: Alle brauchen die Bewegungspausen, aber eben im altersadäquaten Takt. Wenn ich in Mathematik vor einem schwierigen Kapitel stehe, zum Beispiel den Funktionen, dann sage ich meinen Schülern: Dafür brauche ich eure ungeteilte Aufmerksamkeit, deshalb machen wir jetzt noch eine Übung.

Alles einfach: SIMPLY STRONG braucht keinen Turnsaal und keine Geräte



Eines der drei Teilprogramme von SIMPLY STRONG nennt sich Vital4Heart. Dabei geht es um die Regeneration. Warum kommt die Entspannung immer zu kurz, und was ist überhaupt Entspannung?

Ursula Eichler: Im Programm Vital4Heart begreifen wir Entspannung als Gegenpol zu Stress. Mittlerweile ist Studien zufolge

jedes zweite Kind stressbelastet. Schon Kleinkinder stehen unter Zeitdruck. Das bringen die Kinder in die Schule mit.

Sigrid Landl: Als Mutter muss ich sagen, es ist der gesellschaftliche Druck, dem man sich schwer entziehen kann. Kinder sollen in den Musikkurs gehen, turnen, schwimmen. Sie haben ein Programm wie ein Manager.



Werner Schwarz: „SIMPLY STRONG liefert mir eine Methodenvielfalt“

©UNIQA/Rautenstrauch

Um mit SIMPLY STRONG wirklich viel zu erreichen, muss das Programm in die Breite kommen. Seit 2019 gibt es ein neues Ausbildungsprogramm, die SIMPLY STRONG Academy, damit Lehrer in ganz Österreich die Übungen kennen und einsetzen lernen. Was motiviert Lehrer, daran teilzunehmen?

Werner Schwarz: Wenn ein Lehrer will, dass sein Unterricht in der Klasse gut ist, dann muss er sich weiterbilden. SIMPLY STRONG liefert mir eine Methodenvielfalt, mit der ich meinen Unterricht optimieren kann.

Sigrid Landl: Wir wissen zum Beispiel alle: In der Stunde unmittelbar nach einer Schularbeit ist der Unterricht normalerweise zum Schmeißen. Mit SIMPLY STRONG kann ich meine Schüler aber trotzdem wieder aktivieren.

Matteo Landl: Die Übungen bei Vital4Brain bestehen ja immer aus drei Teilen: Aktivierung, Koordination, Entspannung.

Matteo und Lena, ihr seid Peer Coaches. Das heißt, ihr geht durch Klassen und macht Übungen mit euren Mitschülern. Wie ist das?

Matteo Landl: Selbst vor einer Klasse zu stehen, das ist schon eine neue Erfahrung.

Lena Pake: Man wird dadurch präsenter und selbstsicherer. Vor einem Referat braucht man sich dann keine Gedanken über Aufregung mehr zu machen.

Werner Schwarz: Wenn auch Schüler als Lehrer fungieren, wenn ältere von jüngeren lernen, dann profitiert das Miteinander an der Schule. Dieser Rollenwechsel stärkt den Respekt, die gegenseitige Wertschätzung.

Sigrid Landl: Ein Effekt dieses Miteinanders ist, dass an unserer Schule jeder jeden kennt, obwohl wir 1.200 Schüler haben.

Wir haben ganz zu Beginn schon kurz über die Eltern gesprochen, die ja ein Schlüssel sind. 2019 hat SIMPLY STRONG auch eine neue Website bekommen, mit 450 Online-Übungen. Erreichen Sie damit die Eltern?

Werner Schwarz: Die Website ist ein wunderbares Mittel, damit sich Lehrer Anregungen und Anleitungen holen und Eltern weitere Informationen zur Idee und den Übungen. Den Erstkontakt zu den Eltern stellen wir größtenteils über die Kinder her, aber die Bindung an die Eltern erzielen wir mit unserer Website und dem monatlichen Newsletter.

Ursula Eichler: Bei einer Vital4Heart-Übung sage ich den Schülern: „Nehmt diese Übung mit nach Hause, schaut zum Beispiel, ob die Mama erkennt, wie es euch geht. Oder ob der Papa erkennt, wie es der Mama geht.“

Lena Pake: Bei vielen, auch bei mir, sind es Oma und Opa, die sich für die Übungen interessieren. Sie sind am Nachmittag mit den Kindern zusammen und wollen wissen, was in der Schule los war.

Das Interview führte Barbara Morawetz.



Beispiel Hallein: Sichere Schule mit eigenem Defi

LEBENSRETTNER FÜR SCHULEN

Bei Herzstillstand entscheiden Sekunden. Die UNIQA Stiftung und UNIQA Österreich haben 2018 begonnen, die Versorgung mit Defibrillatoren im öffentlichen Raum auszubauen. 2019 kamen die Lebensretter verstärkt in Schulen. Das Jugendrotkreuz sorgt mit Mitteln von UNIQA auch dafür, dass Lehrer und Schüler im Ernstfall mit den medizinischen Geräten umgehen können. Die telemetrische 24-Stunden-Überwachung, Wartung und technische Updates sind sichergestellt.



Für das Leben lernen wir

Die insgesamt 44 Defis für Schulen und Schulzentren machen das Herz-Sicherheitsnetz österreichweit engmaschiger und konfrontieren junge Menschen mit den Themen Gesundheit, Erste Hilfe und Verantwortung. Nur 40 Prozent der Österreicher geben an, lebensrettende Hilfe leisten zu wollen, wenn es darauf ankommt. Die Angst, etwas falsch zu machen, ist größer als das Pflichtbewusstsein. Deshalb auch das Motto der Aktion: „Denk Mut zum Leben retten. Denk UNIQA.“ Auf den Einsatz trainierte, tatkräftige Jugendliche beweisen: Nicht für die Schule, für das Leben lernen wir.

UNIQA STIFTUNG



Die UNIQA Versicherungsverein Privatstiftung (UNIQA Stiftung) hält eine Beteiligung von rund 49 Prozent an der UNIQA Insurance Group AG. Ihr Hauptzweck ist die Förderung der Versicherungsnehmer der UNIQA Österreich Versicherungen AG. Gemeinsam mit der UNIQA Group leistet sie im Ökosystem Gesundheit einen Beitrag zu einem sicheren, besseren und längeren Leben.

Werner Schwarz: Und die Schule, das Lernen ist Leistungssport, es ist belastend, es macht müde. Überall Erfolgsdruck.

SIMPLY STRONG kommt ohne Erfolgsdruck aus. Wie funktioniert das?

Sigrid Landl: Es wird nicht beurteilt. **Ursula Eichler:** Jeder konzentriert sich auf sich selbst. Ohne sich mit anderen zu vergleichen und damit zu bewerten.

Werner Schwarz: Wenn ich weniger an Vital4Heart, aber an die anderen beiden Teilprogramme, Vital4Brain und Vital4Body, denke, dann scheitert natürlich jeder irgendwann. Unser Motto bei Vital4Brain ist: Wir lachen über uns selbst,

nie über die anderen. Und Vital4Body bedeutet so viel wie: „Lebe und liebe die Anstrengung, es ist deine!“

Ursula Eichler: Bei Vital4Heart geht es dagegen stark um Anker und Rituale, die im Alltag viel zu kurz kommen. In einer Phase über acht bis neun Wochen stellt sich für jeden heraus, welche Übung die individuell richtige ist. In der Wiederholung dieser einen Übung kann der Schüler oder die Schülerin immer achtsamer in das Gefühl hineingehen.

Sigrid Landl: „Mit SIMPLY STRONG kann ich meine Schüler wieder motivieren“



©UNIQA/Rautenstrauch

WILLKOMMEN IN DER ZUKUNFT!

„Symptoma“, eine Art Google für Ärzte, ist vor allem für kompliziertere Diagnosen eine vielversprechende Lösung. Über den Health Hub Vienna entstand im Vorjahr eine spannende Zusammenarbeit.

Neue Ideen und Konzepte können das Leben der Menschen nachhaltig verbessern – wenn sie entdeckt und weiterentwickelt werden. Im Health Hub Vienna, der UNIQA von Anfang an zu seinen Partnern zählt, kommen zahlreiche Start-ups mit guten, außergewöhnlichen und bahnbrechenden Ideen zusammen, um fit für internationales Wachstum zu werden. So entstehen Lösungen, die oft schon in naher Zukunft aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken sein werden.

Expertentool für Ärzte

Eine solche Lösung könnte auch „Symptoma“ sein, eine Art elektronische Suchmaschine für Ärzte zur Diagnoseerstellung. Über den Health Hub Vienna wurde die UNIQA Krankenanstalten-Tochter PremiQaMed mit ihren Gesundheitsbetrieben auf das in Österreich entwickelte „Symptoma“ aufmerksam. Die Gründer des Tools, Jama Nateqi und Thomas Lutz,

hatten schon 13 Jahre Entwicklungsarbeit in ihr bereits vielfach – unter anderem von der Europäischen Kommission – ausgezeichnetes Produkt gesteckt.

PremiQaMed stellte für den Health Hub Vienna Mentoren zur Verfügung und sah in „Symptoma“ gleich großes Potenzial. „Vor allem waren wir davon sehr angetan, weil mit der Suchmaschine nicht nur den Ärzten, sondern auch den Patienten geholfen werden kann“, sagt Martin Fuchs, COO bei PremiQaMed.

Doris Kraushofer: Jetzt Pilotbetrieb messen



Schnell und präzise: „Symptoma“ verspricht geringeren Zeitaufwand für Arzt und Patienten

Raschere und bessere Diagnosen

Mit Hilfe von künstlicher Intelligenz kann und soll die Diagnose durch Ärzte natürlich nicht ersetzt werden. Doch das Tool kann entscheidend dazu beitragen, dass Diagnosen rascher und zielsicherer getroffen werden. Angesichts von immer umfangreicheren Erkenntnissen und Daten wird es zwar theoretisch einfacher, genaue Diagnosen auch bei selteneren Erkrankungen zu treffen, doch für Mediziner wird es gleichzeitig immer schwieriger, sämtliches verfügbares Wissen stets parat zu haben.

Pilot mit der Privatklinik Döbling

In ihrer Privatklinik Döbling führte die PremiQaMed Group über einige Monate hinweg einen Pilotbetrieb mit „Symptoma“ durch. Wie das funktioniert, erklärt der ärztliche Direktor der Klinik, Christian Kainz: „Während die Patienten im Wartezimmer sitzen, geben sie auf einem iPad ihre Beschwerden ein: eigenständig, mit Unterstützung durch einen Chatbot oder eine Pflegekraft. Diese individuellen Angaben gleicht ‚Symptoma‘ mit unzähligen Datenbanken ab und unterstützt damit die behandelnden Ärzte bei der Diagnoseerstellung.“

„Der Grund, weshalb wir das Expertentool zuerst im Pilotbetrieb in der Akutversorgung eingesetzt haben, ist, dass dort Patienten mit ganz unterschiedlichen Problemen untersucht werden und rasch die richtige Diagnose gefunden werden

muss“, erklärt Christian Kainz. „Rasch die richtige Diagnose zu finden, ist die Grundlage für die beste Behandlung.“

Den Standard von morgen nutzen

Kainz zeigt sich nach dem Probetrieb sehr angetan von „Symptoma“ und ist überzeugt, dass Mediziner für die bestmögliche Diagnostik alle verfügbaren neuen Möglichkeiten nutzen sollten. Er sagt aber auch: „Das klingt im Grunde alles sehr einfach, doch wie so oft liegt der Teufel auch hier im Detail, konkret beim Faktor Mensch. Denn durch den Einsatz einer neuen Technologie müssen alle Beteiligten ihre gewohnten Abläufe ändern, und das funktioniert noch nicht immer reibungslos.“ Doris Kraushofer, Prozess- und Projektmanagerin bei PremiQaMed, betont, dass es sich natürlich um einen Prozess handelt, bei dem im Hintergrund sehr viel geschieht. In einem nächsten Schritt wird nun mit Hilfe von Studien der Erfolg des Pilotbetriebs gemessen.

Wenn die Zahlen stimmen, könnte „Symptoma“ künftig weiteren Kliniken angeboten werden. Aber schon jetzt hat die Zusammenarbeit zwischen dem Health Hub Vienna, UNIQA, der Suchmaschine „Symptoma“, der PremiQaMed Group und der Privatklinik Döbling Früchte getragen. „Man geht einfach mit der Zeit und bietet Funktionen an, die früher oder später Standard sein werden“, so COO Martin Fuchs. Denn die Zukunft hat längst begonnen!



Martin Fuchs: Die Zukunft hat längst begonnen



Christian Kainz: „Symptoma“ unterstützt bei der Diagnosefindung

EIN GUTER START INS LEBEN

Als gemeinnütziges Ordensspital betreut das St. Josef Krankenhaus in Wien auch nicht versicherte Schwangere. Die UNIQA Stiftung ist seit 2019 Partnerin dieser „Sozialgeburten“.



Begleitung von Anfang an: Das St. Josef Krankenhaus hat viel Erfahrung bei der Betreuung unversicherter Schwangerer

Sozial bedürftige schwangere Frauen sind vermehrt medizinischen Risiken ausgesetzt. Um sie intensiv begleiten zu können, betreibt das St. Josef Krankenhaus Wien einen hohen personellen und zeitlichen Aufwand. „All das kostet viel Geld, wofür wir keine öffentliche Finanzierung erhalten“, erzählt Andreas Brandstetter, Vorstand der Abteilung für Gynäkologie und Geburtshilfe.

Sichere Geburten in einem sicheren Umfeld

Daher suchte das zur Vinzenz Gruppe gehörende St. Josef Krankenhaus einen Kooperationspartner für Sozialgeburten – und fand diesen 2019 in der UNIQA Stiftung. Gemeinsam wurden Ziele und Kriterien für den guten Start ins Leben festgelegt.

In den integrierten Behandlungsprozess fließen die jahrelangen Erfahrungen bei der Betreuung unversicherter Schwangerer

Gynäkologe Brandstetter: „Keine öffentliche Finanzierung“



ein, alle Berufsgruppen im Haus sind eingebunden. Ebenfalls wesentlich für das Gelingen ist die Kooperation mit sozialen Organisationen wie neunerhaus, aktion leben und der kirchlichen St. Elisabeth-Stiftung, mit denen die Kriterien für soziale Bedürftigkeit entwickelt wurden.

So gab es 2019 38 Sozialgeburten, darunter 27 Spontangeburt und elf Kaiserschnitte. Sieben Neugeborene benötigten eine kostenintensive Behandlung auf der Kinderabteilung, außerdem wurden Kosten für die neonatologische Versorgung eines nicht versicherten Buben übernommen.



Gerry Foitik: Datenqualität verbessert

BLUTKREBS BESIEGEN

Das Rote Kreuz und die UNIQA Stiftung verjüngen und vergrößern den Pool an potenziellen Stammzellspendern.

Für viele Leukämiepatienten ist eine Stammzellspende die einzige Chance auf Heilung. Die Wahrscheinlichkeit allerdings, dass zwei Personen zueinander passen, ist mit eins zu 500.000 denkbar gering. Mit Hilfe der UNIQA Stiftung erweitert das Rote Kreuz seine Spenderdatenbank. Seit Ende 2018 haben sich über 40.000 Menschen neu registriert. Neben der Quantität ist auch die Qualität besser geworden: Mehr als 50 Prozent der potenziellen Spender sind unter 30, und sie sind hochauflösend typisiert. Bundesrettungskommandant Gerry Foitik erklärt: „Das heißt, es wurden genetisch viel mehr Faktoren erhoben als früher“,

zumeist auch zusätzliche Merkmale, „die bei einer Transplantation wichtig sind“.

Spenden einfacher geworden

Über 45-Jährige zu typisieren, ist wegen der geringen Wahrscheinlichkeit einer Übereinstimmung nicht mehr sinnvoll. Spenden selbst sind bis zu einem Alter von 55 Jahren möglich. Wer registriert ist und einmal jährlich beim Roten Kreuz Blut spendet, sorgt so dafür, dass seine Daten und damit seine Spendergebnung aktuell bleiben. Spenden selbst sei heute viel einfacher, sagt Gerry Foitik: „90 Prozent können ähnlich einer Blutspende Stammzellen spenden.“



MOBILES KINDERHOSPIZ AUF SICHEREM WEG

Für schwerstkranken Kinder und Jugendliche, ihre Eltern und Geschwister ist Wiens mobiles Kinderhospiz und Palliativteam (MOMO) eine wichtige Stütze – auch über den Tod der geliebten Angehörigen hinaus. Gegründet wurde MOMO 2013 von Caritas, CS Caritas Socialis und der mobilen Kinderkrankenpflege MOKI-Wien.

Die Leistungen von MOMO sind zum Großteil von Spenden abhängig. 2019 hat UNIQA die Prämienzahlungen für die Haftpflicht- und Kaskoversicherung eines Fahrzeugs übernommen.

Auch mitgeführte medizinische Geräte sind gegen Diebstahl, Raub oder Einbruchsdiebstahl bis zu einer Höhe von 10.000 Euro kostenlos mitversichert.



MOMO: Begleitung für Kinder und Angehörige

IHR SEID DIE ZUKUNFT!

Das soziale Engagement von UNIQA gilt besonders den nachkommenden Generationen.

Das Projekt „I am the future“ der NGO „On the way up“ ist ein Beispiel für soziale Unternehmensverantwortung in Kroatien. Es wurde Teil der vom Nachrichtenportal 24sata betriebenen Plattform „Better Education, Better Croatia“. Workshops ermutigen Volksschulkinder, sich in der Natur zu bewegen und dabei moderne Technologien etwa zur Orientierung einzusetzen. Bis dato nahmen bereits mehr als 300 Kinder, auch



Naturnah: Kroatische Schüler kommen mit UNIQA ins Freie

von UNIQA Mitarbeitern, teil. Darüber hinaus realisiert UNIQA Kroatien jährlich das Online-CSR-Programm „Joy of life“, das Kindern und Jugendlichen bessere Perspektiven eröffnet.

UNIQA Mitarbeiter in Polen brachten Freude ins Waisenhaus von Skierniewice. In Auktionen organisierten sie Geld für die Ferien, für Schultensilien und die Erfüllung von Weihnachtswünschen.

Hilfe für Down-Syndrom-Kinder

Auch in der Ukraine gab es zu Weihnachten erneut Geschenke für benachteiligte Kinder. Diesmal erhielten 25 vom Down-Syndrom betroffene Familien Leistungen unter anderem zur Entwicklungsförderung.



PINK UND BART FÜR EIN ERNSTES THEMA

In Montenegro stand der Oktober ganz im Zeichen der Brustkrebsvorsorge. Als Höhepunkt des „pinken Monats“ lud UNIQA gemeinsam mit Partnern zu einem Vortrags- und Fitnessstag für Frauen ein. Gleich im darauffolgenden November stand Männergesundheit im Fokus. Damit schloss sich UNIQA Montenegro der globalen Kampagne „Movember“ an und schärfte mit einem eigenen Projekt das Bewusstsein für oft tabuisierte Krankheiten wie Prostata- und Hodenkrebs.

BILDUNG IST FÜR ALLE DA

Weil der Bildungserfolg nicht von Einkommen, Status und den Eltern abhängen darf, macht sich die Organisation Teach For Austria für Bildungsgerechtigkeit stark. Teach For Austria bildet junge Menschen mit akademischem Hintergrund, aber ohne Lehramtsstudium zu „Fellows“ aus und setzt sie zeitlich befristet in Klassen mit besonders vielen Schülern aus benachteiligten Familien ein.

„Macht, wofür ihr brennt!“

UNIQA CEO Andreas Brandstetter unterstützt die Bildungsinitiative seit 2015 und ist seit 2019 offizieller Ambassador. Im Rahmen der jährlich stattfindenden Teach-For-Austria-Woche gestaltete er als Gast-Fellow auch im Vorjahr eine Schulstunde an der Polytechnischen Schule Wien West. Brandstetter ermutigte die Jugendlichen, eigene Wege zu gehen. „Macht, wofür ihr brennt und was euer Herz bewegt, dann werdet ihr es gut machen.“

©Teach For Austria

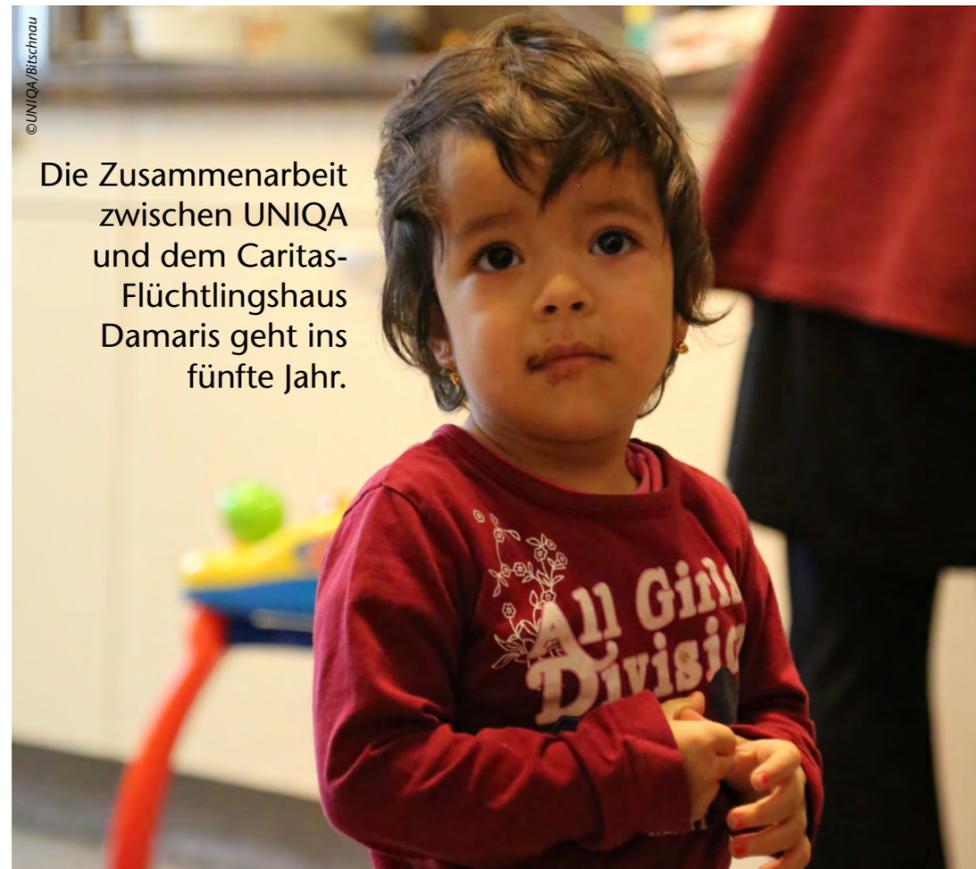


Bildungsbotschafter: Andreas Brandstetter bei Teach For Austria



JUNGE SPORT-BOTSCHAFTER IN UNGARN

Vorbilder in ihrer eigenen Altersgruppe verhelfen jungen Menschen zu einem gesunden, sportlichen Lebensstil. Im Rahmen des Sport-Ambassador-Programms fördert UNIQA Ungarn seit 2013 Sportbotschafter zwischen sieben und 18 Jahren. Unterstützung erhalten die jungen Talente unter anderem beim Erwerb von Sportausrüstungen oder mit Reiseversicherungen für die Teilnahme an internationalen Wettbewerben.



©UNIQA/Bitschmau

Die Zusammenarbeit zwischen UNIQA und dem Caritas-Flüchtlingshaus Damaris geht ins fünfte Jahr.

STARTHILFE FÜR GEFLÜCHTETE



Für 150 Frauen, Männer und Kinder ist das Haus Damaris in Wien eine wichtige Station auf ihrem Weg in ein eigenständiges Leben. In dem von UNIQA zur Verfügung gestellten ehemaligen Bürohaus machen engagierte UNIQA Mitarbeiter den Bewohnern Mut, helfen beim Deutschlernen, unterstützen bei der Suche nach Praktikumsplätzen und sorgen mit Ausflügen für Abwechslung.

Ungebrochene Hilfsbereitschaft

Inzwischen erhielten viele der Familien Asyl oder übersiedelten anderswohin. Das veränderte das Verhältnis zwischen Familien und Einzelpersonen. Was sich jedoch nicht verändert, ist die Hilfsbereitschaft, erzählen die UNIQA Mitarbeiterinnen Gerlinde Nepp und Carmen Derler, die mit dem Haus von Anfang an eng verbunden sind. Die Freiwilligen sind weiterhin wichtige Stützen in der Not und oft auch die Ersten, mit denen freudige Momente geteilt werden. Als Schwerpunkte veranstalteten die UNIQA Mitarbeiter 2019 wieder das traditionelle Sommerfest und schnürten Weihnachtspäckchen. Auch rund um den Frauentag am 8. März gab es Aktionen.



LEBEN RETTEN WILL GELERNT SEIN

Bewegung und Sicherheit kombinierte das neu aufgelegte Wasserrettungsprogramm von UNIQA Ungarn im vergangenen Sommer. Regelmäßig waren am Balaton Rettungsschwimmer im Einsatz, die Interessierten das ernste Thema spielerisch näherbrachten. Rund 2.000 Kinder und Erwachsene nahmen an den kostenlosen Veranstaltungen teil und lernten, worauf es im Ernstfall ankommt.

TECHNIK FÜR TEILHABE

Mit dem UNIKATE Wettbewerb finanziert die UNIQA Stiftung technische Einzelentwicklungen – UNIKATE – für Menschen, denen Beeinträchtigungen ein normales Leben erschweren. Zum Beispiel für Christian.

Ich habe an Armen und Beinen vier Elektroden, die minimale Muskelaktivität als Strom abnehmen“, erklärt Christian Bernscherer seine persönliche PC-Steuerung. Das UNIKAT ermöglicht ihm die Kommunikation mit der Außenwelt, auch wenn seine ALS-Erkrankung einmal weiter fortschreitet. Schon heute kann er weder Arme noch Beine bewegen. „Die Signale von den Elektroden werden von einem Controller gesammelt und an den Computer übertragen. Dort läuft eine Software, die auf die Signale wartet und diese dann in Mausektionen (bewegen, klicken) umsetzt.“

Entwicklung im Team

Selbst Informatiker, hat Bernscherer die Lösung gemeinsam mit der FH-Technikum-Wien-Studentin Johanna Plankensteiner entwickelt. Die Mitsprache und größtmögliche Mithilfe der beeinträchtigten Menschen an „ihrem“ UNIKAT ist eines der Kennzeichen des jährlichen Ideenwettbewerbs von TU Wien, Österreichischem Behindertenrat und UNIQA Stiftung. Nur was wirklich sinnvoll ist, schafft es bis zum Prototyp und zu einer Auszeichnung: 2.000 Euro



Alltag mit ALS: Johanna Plankensteiner und Christian Bernscherer haben eine PC-Steuerung über Muskelaktivität entwickelt

Preisgeld und Materialkosten. Vereinzelt gehen die Lösungen in Serie, etwa die Braille-Tastatur „Einhand Oskar“. Die Idee der UNIKATE bleibt aber ihrem Namen treu: Einzelentwicklungen von Studenten in Abstimmung mit der Person, die Bedarf am jeweiligen Original hat.

Perspektiven im Beruf

Christian Bernscherer habe „seine Programmier- und IT-Tricks zur Geltung gebracht und uns in vermeintlichen

Sackgassen den richtigen Weg gezeigt“, erzählt Johanna Plankensteiner. Das ursprünglich „nur“ als Masterarbeit geplante Projekt habe ihr auch persönlich neue Perspektiven eröffnet: „Seit ich mit Christian zusammengearbeitet habe, weiß ich die kleinen Dinge im Leben viel mehr zu schätzen! Er hat mir so viel Dankbarkeit gezeigt und trotz seiner Situation so viel positive Energie ausgestrahlt!“ Für Christian Bernscherer war es „ein Erlebnis, welche großartigen Ideen die jungen Leute entwickeln und mit welcher Kreativität sie diese Ideen umsetzen“.



Impressum

Medieninhaber: UNIQA Insurance Group AG, Sustainability, Ethics & Public Affairs, Untere Donaustraße 21, 1029 Wien, Tel.: (+43) 01 21175-3320, csr@uniqa.at
Redaktion: Sabine Karrer, Barbara Morawetz (Leitung), Tel.: (+43) 01 21175-2204, presse@uniqa.at
Kreativkonzept und Design: Manuela Sylva
Lektorat: korrekturleserei.at
Übersetzung: ASI GmbH/www.asint.at
Papier: Desistar 120 g/m²
Hersteller: Print Alliance HAV Produktions GmbH, Druckhausstr. 1, 2540 Bad Vöslau
Projektleitung: Barbara Morawetz
Gesamtleitung: Andreas Rauter
Dieser Bericht erscheint in deutscher und englischer Sprache. Maßgeblich ist in Zweifelsfällen die deutsche Version.

Mit der aus Gründen der besseren Lesbarkeit gewählten grammatikalisch männlichen Form in diesem Bericht sind Frauen und Männer gleichermaßen gemeint.



SICHER BESSER LÄNGER LEBEN

Nichtfinanzieller Bericht 2019
UNIQA Insurance Group AG

Am Beginn eines neuen Jahrzehnts steht unsere Gesellschaft vor allem aufgrund des Klimawandels vor Herausforderungen, die wir als ernstzunehmende Bedrohung wahrnehmen und meistern müssen. Zu Recht stehen wir dabei den zukünftigen Generationen besonders in der Pflicht, mehr als bisher zu tun. Im Jahr 2019 haben wir mit unserem „Statement of Decarbonization“ sowohl in der Veranlagung als auch im Underwriting die kohlebasierten Industrien aus unserem Geschäftsmodell ausgeschlossen und begleiten bestehende Kunden nur noch auf ihrem Weg des Kohleausstiegs. Wir haben unsere Finanzanlagen einem Nachhaltigkeits-Rating unterzogen und arbeiten seither an der stetigen Verbesserung unseres Durchschnitts-Ratings. Mit 400 Millionen Euro an grünen Infrastrukturinvestments und Green Bonds haben wir bereits 2 Prozent unserer Finanzanlagen konsequent klimaschonend ausgerichtet und werden dieses Volumen weiter ausbauen. Weiterhin stellen wir uns dem jährlichen Rating der Österreichischen Gesellschaft für Umwelt und Technik (ÖGUT) und streben wieder eine erfolgreiche Zertifizierung an. Im ersten Halbjahr 2020 bringen wir grüne, fondsgebundene Lebensversicherungsprodukte auf den Markt und werden die bestehenden ökologischen Anreize bei Sachversicherungen ausweiten. Das liegt nicht nur im Interesse unserer Kunden, sondern wird auch von unseren übrigen Stakeholdern zunehmend erwartet.

Um in unserer langfristigen strategischen Ausrichtung auch die nichtfinanziellen Dimensionen klarer miteinzubeziehen, werden wir 2020 eine detaillierte Nachhaltigkeitsstrategie erarbeiten, die wir als Teil der Gesamtstrategie unmittelbar in das Kerngeschäft integrieren werden. Dabei ist die laufende Optimierung unseres eigenen Fußabdrucks ein wichtiger Ansatzpunkt, mit gutem Beispiel voranzugehen und auch unsere Mitarbeiter und Kunden für den gemeinsamen Schulterschluss im Kampf gegen den Klimawandel zu gewinnen. Wir erarbeiten zudem einen Entwicklungsplan für unsere Kapitalanlagen, um unsere nachhaltigen Investments schrittweise weiter auszubauen. Darüber hinaus wollen wir den sich wandelnden Bedürfnissen unserer Gesellschaft mit nachhaltigen Produkten begegnen, die noch stärker ausgeprägte Dienstleistungskomponenten enthalten. Dazu wollen wir auch verstärkt mit NGOs und Gebietskörperschaften zusammenarbeiten, um durch Bündelung aller Kompetenzen die Gesellschaft besser begleiten zu können. Wir verstehen dies als (unverzichtbare) Grundlage für ein erfolgreiches, nachhaltiges Wirtschaften

und möchten diese Haltung noch stärker in unserer Unternehmenskultur verankern. [\[GRI 102-16\]](#)

Mit der Schaffung einer langfristig gültigen Nachhaltigkeitsstrategie wollen wir das Stiften von ökologischem und sozialem Nutzen tief in unserem Konzept der ganzheitlichen Unternehmensführung verwurzeln und unser Wertekonzept danach ausrichten. In diesem Zusammenhang wollen wir für „Ecological Literacy“ eintreten und uns für einen Diskurs mit allen Stakeholdern über Handlungserfordernisse engagieren. In Ergänzung unseres Bekenntnisses zum Konzept Environment Social Governance (ESG) und zu bestimmten Sustainable Development Goals (SDG) der Vereinten Nationen (SDG 3 – Gesundheit und Wohlergehen, SDG 4 – Hochwertige Bildung, SDG 13 – Maßnahmen zum Klimaschutz) streben wir zudem die Erfüllung weiterer Rahmenwerke an, um unser Bekenntnis zu diesen Werten laufend mit konkreten, transparenten Leistungsberichten zu untermauern.

Die Gefährdung unserer umweltbezogenen Lebensbedingungen hat auch unser Risikomanagement sensibilisiert, die operativen Wertschöpfungsprozesse besonders sorgfältig in Bezug auf Nachhaltigkeitsrisiken zu begleiten.

Wir wollen in der nichtfinanziellen Dimension immer konsequenter messbaren Nutzen stiften und damit auch Vertrauen gewinnen, das wir als unabdingbare Grundlage für unser ambitioniertes ökonomisches Streben sehen. Nur so können wir unserem Leitbild und unserer Mission „sicher, besser, länger leben“ auch weiterhin treu bleiben! [\[GRI 102-14\]](#)

1	Vorwort des Vorstands
4	Über diesen Bericht
5	UNIQA auf einen Blick
6	Nachhaltige Unternehmensführung
6	Wesentliche Themen und Erwartungen unserer Stakeholder
9	Überleitungstabelle GRI und SDG
11	Nachhaltigkeitsrisiken
13	Menschenrechte, Korruption und Compliance
15	Datenschutz
16	Veranlagung
17	Kunden
17	Kunden und Markt
18	Beschwerdemanagement
20	Innovative Services und Produkte
20	Krankenversicherung
21	Lebensversicherung
21	Schaden- und Unfallversicherung
23	Mitarbeiter
23	Gesundheit, Sicherheit und Zufriedenheit der Mitarbeiter
24	Diversity und Chancengleichheit
24	Aus- und Weiterbildung
27	KPI Mitarbeiter
31	Gesellschaft
31	Engagement für Gesundheit und Bildung
33	Umwelt und Ökologie
33	Energieeffizienz und Verringerung der Emissionen
36	KPI Umwelt und Ökologie
37	GRI-Content-Index
42	Prüfbericht
46	Impressum

Im dritten nichtfinanziellen Bericht der UNIQA Insurance Group AG möchten wir die diesjährigen ökonomischen, ökologischen und sozialen Auswirkungen unserer Unternehmenstätigkeit aufzeigen sowie unsere Aktivitäten im Bereich Corporate Social Responsibility (CSR) vorrangig in einer Sicht auf den gesamten Konzern präsentieren. Ziel des Berichts ist es, unseren Stakeholdern Einblick in unser Kerngeschäft zu geben sowie transparent darzulegen, wo wir in Sachen nachhaltiger Unternehmensführung stehen und woran wir zukünftig arbeiten und was wir verbessern wollen.

Da die UNIQA Insurance Group AG das Versicherungsgeschäft der Gruppe im In- und Ausland nicht direkt betreibt, werden die Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelange sowie die Themen Menschenrechte, Korruption und Bestechung auf Konzernebene konzipiert und sodann in den operativen Konzerngesellschaften umgesetzt. In diesem Sinn besteht in Bezug auf den Einzelabschluss kein anderes – abgewandeltes oder eingeschränktes – Konzept, das in anderer Weise verfolgt wird. Folglich handelt es sich beim vorliegenden Bericht um den zusammengefassten nichtfinanziellen Bericht der UNIQA Insurance Group AG gemäß §§ 243b und 267a UGB.

Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards: Option Kern erstellt, so wie auch die Berichte aus den Vorjahren. Der letztjährige Bericht wurde am 10. April 2019 veröffentlicht. [GRI 102-51, 102-54] Damit sind Transparenz und Vergleichbarkeit der gebotenen Informationen gewährleistet. Die GRI-Codes zu den dargestellten Indikatoren sind in den jeweiligen Kapiteln und Kennzahlentabellen vermerkt sowie im GRI-Index auf den Seiten 37 bis 41 übersichtlich dargestellt. Der vorliegende Bericht enthält Informationen und Daten der UNIQA Insurance Group AG (UNIQA Group) mit Blick auf den Gesamtkonzern. Der Berichtszeitraum für die veröffentlichten Kennzahlen und Beschreibungen umfasst das Geschäftsjahr und somit den Zeitraum 1. Jänner bis 31. Dezember 2019. [GRI 102-50]

Im Sinn höherer Aktualität werden zudem je nach Thema sowohl Ziele und Maßnahmen für 2019 als auch Prioritäten und Herausforderungen für 2020 dargestellt. Die Berichterstattung findet jährlich statt. [GRI 102-52]

Für die Berechnung der Umweltkennzahlen 2019 – ausgenommen Mobilität – gefahrene Kilometer und Fuhrpark – wurden die Zahlen für die Headquarter ausgewählter Länder miteinbezogen. Der genaue Berichtsumfang wird in der Kennzahlentabelle Umwelt erläutert. Die Daten für Mobilität stammen aus unseren Versicherungsgesellschaften in den jeweiligen Ländern. Die Daten wurden von den einzelnen Versicherungsgesellschaften in den Ländern erhoben, von den jeweiligen CSR-Verantwortlichen gesammelt und von den nominierten Verantwortlichen der UNIQA Group zusammengefasst. Es ist vorgesehen, die fehlenden Länder sukzessive in die Berichterstattung miteinzubeziehen, den Konsolidierungskreis zu erweitern sowie die Datenqualität zu verbessern. [GRI 102-45, 102-49]

Auf Basis der bestehenden Umweltdaten stellen wir auch im aktuellen Bericht unseren Corporate Carbon Footprint (t CO₂eq) dar.

Die Daten im Kapitel Mitarbeiter wurden anhand des Personalstands der UNIQA Group dargestellt. Der genaue Berichtsumfang wird in der Kennzahlentabelle Mitarbeiter erläutert.

Die Daten zum Thema Compliance wurden in 18 Ländern der UNIQA Group erhoben.

Die Daten zum Thema Beschwerdemanagement wurden für den Standort Österreich erhoben.

Im Sinn einer besseren Lesbarkeit und eines besseren Textflusses wurden, wo möglich, geschlechtsunspezifische Termini verwendet. Männliche Bezeichnungen beziehen jedenfalls stets auch die weibliche Form mit ein.

Die UNIQA Group ist eine der führenden Versicherungsgruppen in ihren beiden Kernmärkten Österreich und Zentral- und Osteuropa (CEE). Rund 19.200 Mitarbeiter und exklusive Vertriebspartner betreuen in 16 Ländern mehr als 10,4 Millionen Kunden. In Österreich mit einem Marktanteil von 21,4 Prozent zweitgrößtes Versicherungsunternehmen, sind wir in der Wachstumsregion CEE in weiteren 15 Märkten zu Hause: Albanien, Bosnien und Herzegowina, Bulgarien, dem Kosovo, Kroatien, Montenegro, Nordmazedonien, Polen, Rumänien, Russland, Serbien, der Slowakei, Tschechien, der Ukraine und Ungarn.

Die meisten Kunden betreuen wir in der Schaden- und Unfallversicherung, auf die 53 Prozent der Prämien entfallen, gefolgt von der Lebensversicherung mit 26 Prozent und der Krankenversicherung mit 21 Prozent. Besonders stolz sind wir darauf, dass wir die bekannteste Versicherungsmarke in Österreich sind, unsere Kunden mit einem flächendeckenden Vertrieb servizieren und auf eine erfolgreiche Vertriebspartnerschaft mit der Raiffeisen Bankengruppe bauen können.

Während der Versicherungsmarkt in Österreich bereits weitgehend gesättigt ist, liegt unser Wachstumspotenzial klar in CEE. Über 60 Prozent unserer Kunden und knapp 30 Prozent unserer Prämien entfallen bereits auf diese Region. Werden in Österreich im Schnitt pro Person knapp 1.960 Euro pro Jahr für Versicherungen aufgewendet, sind es in CEE erst 216 Euro. Tschechien, wo der Wert bei 508 Euro pro Jahr liegt, ist dabei bereits am weitesten entwickelt. Alle weiteren Informationen zur Geschäftstätigkeit der UNIQA Group sind im Geschäftsbericht 2019 ersichtlich. [GRI 102-1, 102-2, 102-3, 102-4, 102-5, 102-6, 102-7, 102-10, 102-18, 201-1, 202-2]

Nachhaltige Unternehmensführung

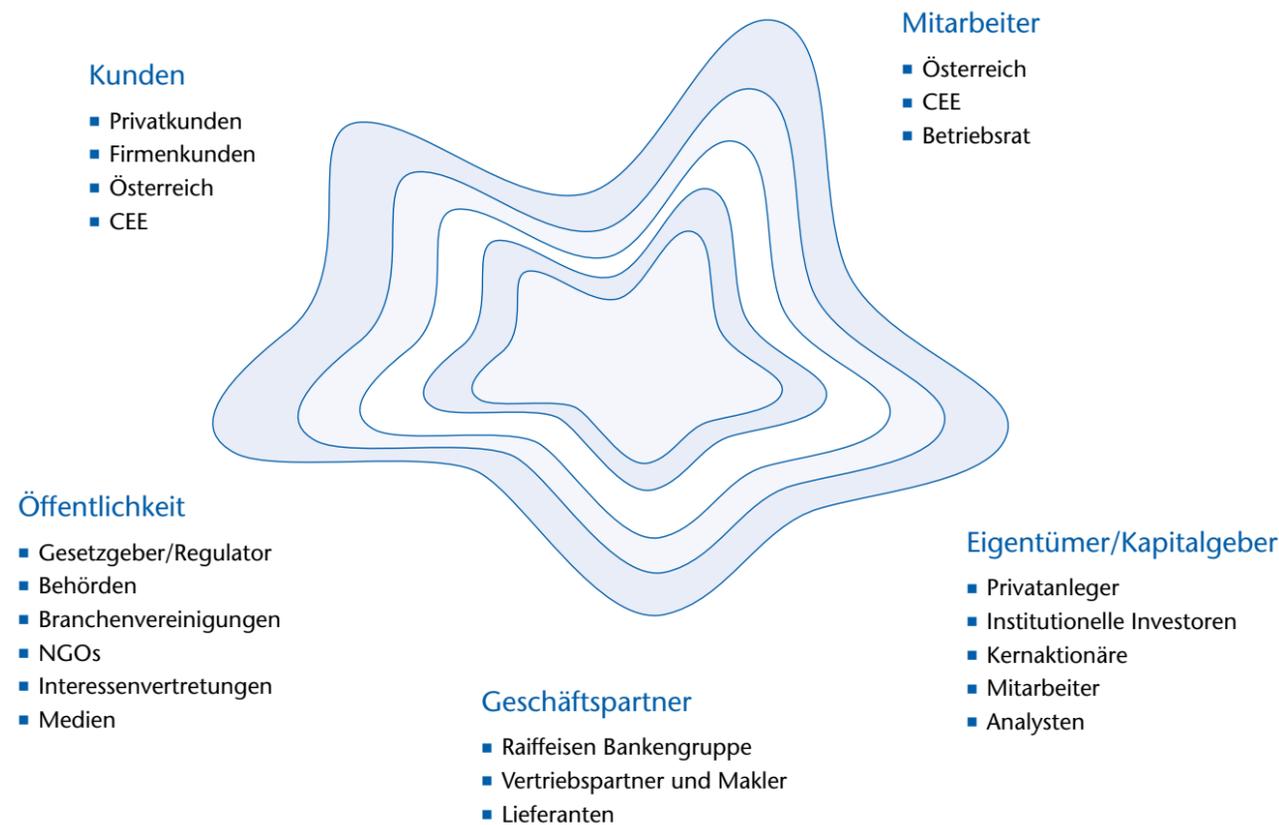
Wesentliche Themen und Erwartungen unserer Stakeholder

Die Geschäftstätigkeit von UNIQA betrifft viele Stakeholder-Gruppen und Menschen mit unterschiedlichen Erwartungen. Die Ermittlung der für diese Personenkreise relevantesten Themen ist für einen international agierenden Konzern wie UNIQA ein zentrales Element im Nachhaltigkeitsmanagement und in der nichtfinanziellen Berichterstattung.

Zu den Stakeholdern der UNIQA Group zählen an erster Stelle Mitarbeiter, Partner, Kunden, die Öffentlichkeit sowie

Menschen, die im Zusammenhang mit unserer direkten und indirekten Geschäftstätigkeit berechnete Anliegen an uns haben. Als börsennotierter Konzern stehen wir zudem in regem Kontakt mit Investoren, Analysten sowie sonstigen Akteuren des Kapitalmarkts. In Zahlen ausgedrückt, sind dies rund 19.200 Mitarbeiter und exklusive Vertriebspartner, mehr als 10,4 Millionen Kunden sowie zahlreiche Partner, Anleger und sonstige Personen(gruppen) mit einer Nahebeziehung zu UNIQA. Sie alle zeigen sich interessiert daran, dass unser Unternehmen nachhaltig geführt wird.

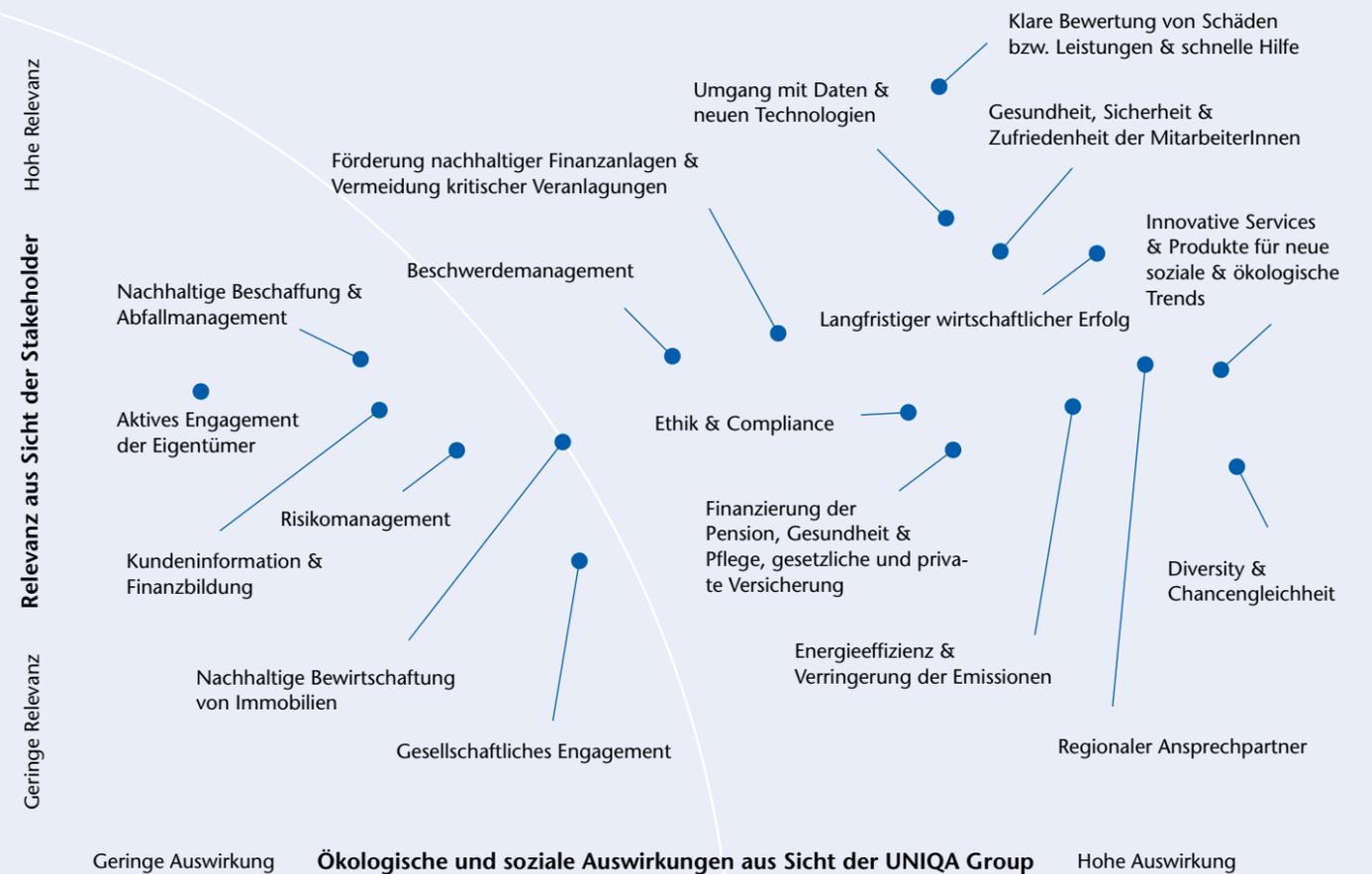
[GRI 102-40]



UNIQA Group – Wesentlichkeitsmatrix

Nicht zuletzt deshalb engagiert sich UNIQA auch für Nachhaltigkeit in den verschiedensten Bereichen und entspricht damit der Bedeutung dieses Themas. Damit die Projekte und Initiativen auch tatsächlich ins Ziel treffen, ist es wichtig, die Anliegen unserer Stakeholder zu kennen und einen konstruktiven Austausch mit ihnen zu pflegen. Ihre aktive Einbindung ist deshalb ein Schwerpunkt unserer Nachhaltigkeitsstrategie und das wichtigste Element unseres Nachhaltigkeitsmanagements. Für den Dialog mit unseren Stakeholdern nutzen wir zahlreiche Kommunikationsschienen und -medien, wie etwa Internet, Intranet, Blogs, Workshops, Informationsveranstaltungen, Befragungen, Trainings, Schulungen oder Medienkontakte. Daneben beteiligen wir uns aktiv an zahlreichen Foren und Initiativen. Ein weiteres wichtiges Instrument sind regelmäßige Stakeholder-Befragungen. [GRI 102-43]

Zur Identifikation wesentlicher Nachhaltigkeitsthemen haben wir 2017 insgesamt 7.500 Stakeholder befragt (mit einem Rücklauf von 1.395 Personen), um herauszufiltern, was für sie in Sachen Nachhaltigkeit an erster Stelle steht. Das Ergebnis deckt sich weitgehend mit jenen Themen, die auch im Fokus unserer eigenen Nachhaltigkeitsinitiativen stehen. Bei der Identifikation dieser relevanten Themenbereiche sind wir nach den GRI-Prinzipien vorgegangen und haben für die Festlegung unserer strategischen Handlungsfelder im Nachhaltigkeitsbereich die interne und externe Sicht unserer Stakeholder mit einbezogen. Die wichtigsten Themen für unsere Stakeholder sind in der Wesentlichkeitsmatrix dargestellt. Ganz weit oben steht bei den Stakeholdern das Thema „Klare Bewertung von Schäden bzw. Leistungen und schnelle Hilfe“, knapp gefolgt von „Umgang mit Daten und neuen Technologien“ sowie „Gesundheit, Sicherheit und Zufriedenheit der MitarbeiterInnen“. [GRI 102-44, 102-46, 102-47]



Themenauswahl und -bewertung

Bei der Identifikation der aus Nachhaltigkeitsperspektive wichtigsten Themen sind wir im Jahr 2017 in vier Schritten vorgegangen:

- **Identifikation der Themen:** In einem ersten Schritt haben wir mit Blick auf die gesamte Wertschöpfungskette der Versicherungsbranche 23 relevante Themen identifiziert und in die Kategorien „produktbezogen“, „mitarbeiterbezogen“, „umweltbezogen“ und „gesellschaftliche Verantwortung & Compliance“ gegliedert.
- **Überprüfung:** Parallel dazu wurde eine Onlineumfrage unter internen und externen Stakeholdern gestartet, um deren Sichtweise zu den wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen von UNIQA zu erheben. In Summe haben wir dazu mehr als 7.500 Stakeholder kontaktiert (mit einem Rücklauf von 1.395 Personen) und zu den erwähnten 23 Themen befragt. Um ein ausgewogenes Bild zu erhalten, waren darunter neben Kunden auch Investoren, Vertriebspartner, Mitarbeiter, NGOs sowie Vorstand und Aufsichtsrat.
- **Bewertung:** Im Rahmen von zwei Impact-Workshops mit den diversen Fachbereichen des Konzerns haben wir anschließend die ökologischen und sozialen Auswirkungen unserer Tätigkeit in Bezug auf diese Themen sowie die aus den Themen resultierenden Auswirkungen auf das Unternehmen bewertet.
- **Priorisierung und Wesentlichkeitsmatrix:** Die Ergebnisse aus diesen Wesentlichkeits-Workshops flossen in die abschließende Beurteilung der ökologischen und sozialen Auswirkungen durch das Management mit ein. Als Ergebnis aus der Stakeholder-Befragung und der Impact-Bewertung entstand schließlich die aktuelle Wesentlichkeitsmatrix von UNIQA.

Im Interesse einer kompakten und übersichtlichen Darstellung haben wir die Matrix im Jahr 2018 etwas überarbeitet und dabei ähnliche Themen zusammengefasst. Die jeweilige Zuordnung ist in der Überleitungstabelle auf den Seiten 9 bis 10 im Detail ersichtlich. In den kommenden Jahren werden wir eine neuerliche Stakeholder-Befragung durchführen, um die Bewertung unserer Nachhaltigkeitsthemen zu aktualisieren. [\[GRI 102-49\]](#)

Die Sustainable Development Goals (SDG) der Vereinten Nationen (<https://sustainabledevelopment.un.org>) schließlich sind für UNIQA vor allem in drei Bereichen relevant: SDG 3 (Gesundheit und Wohlergehen), SDG 4 (Hochwertige Bildung) sowie SDG 13 (Maßnahmen zum Klimaschutz).

Im Jänner 2020 hat UNIQA auch die Unterstützung der 10 Prinzipien des UN Global Compact beschlossen und wird diese Prinzipien in die Unternehmensstrategie, die Unternehmenskultur und das Tagesgeschäft integrieren.

Überleitungstabelle GRI und SDG

Wesentliche Themen	Beschreibung	GRI-Topic Sustainable Development Goals (SDG) Kapitelverweis
Innovative Services und Produkte für neue soziale und ökologische Trends	Wir investieren gezielt in innovative Services und Produkte, die durch soziale und ökologische Entwicklungen hervorgerufen werden. Durch unterschiedliche Anreizsysteme fördern und unterstützen wir einen nachhaltigen Lebensstil und ebensolche Lebensqualität. Dabei legen wir das Augenmerk auf Prävention als Grundlage für ein besseres und längeres Leben.	Kein Thema im Rahmen von GRI-Standards SDG 3 Innovative Services und Produkte
Klare Bewertung von Schäden bzw. Leistungen und schnelle Hilfe	Wir bemühen uns um Transparenz bei unseren Services sowie um schnelle Hilfe und eine klare, nachvollziehbare Bewertung im Schadenfall.	Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen GRI 417-2 SDG 3 Innovative Services und Produkte
Finanzierung der Pension, Gesundheit und Pflege, gesetzliche und private Versicherung	Durch die steigende Lebenserwartung verbleiben mehr Jahre mit Unterstützungsbedarf. Im Bereich der finanziellen und gesundheitlichen Vorsorge ergänzen unsere Leistungen dabei die Leistungen des Staates, die Finanzierung erfolgt jedoch jeweils getrennt.	Kein Thema im Rahmen von GRI-Standards SDG 3 Innovative Services und Produkte
Umgang mit Daten und neuen Technologien	Beim Einsatz von neuen Technologien haben die Sicherheit der persönlichen Daten und der Schutz vor Datenmissbrauch für uns oberste Priorität.	Schutz der Privatsphäre der Kunden GRI 418-1 Datenschutz
Beschwerdemanagement	Kundenbeschwerden nehmen wir ernst und bemühen uns um eine rasche Klärung. Unser Beschwerdemanagement hilft uns zudem, Verbesserungspotenziale rasch zu erkennen.	Kein Thema im Rahmen von GRI-Standards Kunden und Markt
Förderung nachhaltiger Finanzanlagen und Vermeidung kritischer Veranlagungen	Bei der Veranlagung unserer Gelder und Investitionen in Unternehmen achten wir auf nachhaltige Geschäftsmodelle sowie Umweltschutz und Menschenrechte.	Kein Thema im Rahmen von GRI-Standards Veranlagung

Wesentliche Themen	Beschreibung	GRI-Topic Sustainable Development Goals (SDG) Kapitelverweis
Gesundheit, Sicherheit und Zufriedenheit der Mitarbeiter	Als attraktiver Arbeitgeber unterstützen wir unsere Mitarbeiter dabei, gesund zu bleiben, und stellen Angebote für eine angemessene Work-Life-Balance bereit. Wir bieten ein flexibles Zeitmanagement, unterschiedliche Arbeitsmodelle, leistungsgerechte Bezahlung und ein umfassendes Aus- und Weiterbildungsprogramm. Eine aktive und offene Kommunikation, der Austausch von Ideen und Vorschlägen und laufende Information zur Entwicklung des Unternehmens sind wesentliche Bestandteile unserer Unternehmenskultur.	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, Beschäftigung, Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis, Aus- und Weiterbildung GRI 401-1, 402-1, 403-2, 404-1, 404-2, 404-3, 405-1 Gesundheit, Sicherheit und Zufriedenheit der Mitarbeiter
Diversity und Chancengleichheit	Wir legen Wert darauf, dass alle Menschen – unabhängig von Geschlecht, Kultur, Sprache, Religion, Alter etc. – bei uns die gleichen Möglichkeiten und Chancen vorfinden.	Vielfalt und Chancengleichheit GRI 405-1 Diversity und Chancengleichheit
Energieeffizienz und Verringerung der Emissionen	Energieeffizienz in allen Bereichen ist uns ein Anliegen. Wir setzen auf erneuerbare Energie, planen Geschäftsreisen effizient und nutzen Telefon- und Videokonferenzen.	Energieeffizienz und Verringerung der Emissionen GRI 301-1, 302-1, 305-1, 305-2, 305-3 SDG 13 Energieeffizienz und Verringerung der Emissionen
Ethik und Compliance	Die Einhaltung aller gesetzlichen Bestimmungen, Compliance- und Verhaltensrichtlinien sowie die Vermeidung von Korruption in jedem einzelnen unserer Märkte sind selbstverständlich.	Korruptionsbekämpfung, wettbewerbswidriges Verhalten GRI 102-16, 205-3, 206-1, 307-1, 406-1, 417-2, 418-1, 419-1 Menschenrechte, Korruption und Compliance
Langfristiger wirtschaftlicher Erfolg	Nur als langfristig erfolgreiches Unternehmen können wir ein sicherer Arbeitgeber sein, unsere Kunden mit nützlichen Produkten unterstützen und für unsere Investoren attraktive Renditen bieten.	Wirtschaftliche Leistung GRI 201-1 UNIQA auf einen Blick
Regionaler Ansprechpartner	Regionale Ansprechpartner stellen neben automatisierten Lösungen eine persönliche Betreuung sicher.	Kein Thema im Rahmen von GRI-Standards Kunden und Markt

Nachhaltigkeitsrisiken

Grundlage jedes Versicherungsunternehmens ist eine starke Kapitalbasis. Damit diese langfristig erhalten bleibt, dürfen Risiken nur dann eingegangen werden, wenn sie kalkulierbar sind. Um dies sicherzustellen, setzt UNIQA auf strenge Regeln und aktives Management von Risiken.

Managementansatz

Um langfristig wirtschaftlich erfolgreich und profitabel zu bleiben, ist eine ausgeprägte Risiko- und Nachhaltigkeitskultur für UNIQA unabdingbar. Daher haben wir einen gruppenweit standardisierten Risikomanagementprozess implementiert, der darauf abzielt, die unternehmensrelevanten Risiken zu identifizieren, zu messen, zu aggregieren und zu steuern. Grundlage ist die UNIQA Risikomanagementrichtlinie, in der sowohl die Mindestanforderungen an die Aufbau- und die Ablauforganisation für den Risikomanagementprozess festgelegt sind als auch der Rahmen für die spezifischen Prozesse für jede Risikokategorie definiert wird. Zudem bestimmt die Richtlinie Maßnahmen für jedes Risiko, die zur Vermeidung oder Reduktion eines potenziellen Schadens führen sollen. Nachhaltigkeitsrisiken werden bei UNIQA derzeit nicht als eigene Risikokategorie klassifiziert, sondern den bestehenden Kategorien¹⁾ zugeordnet.

Weitere Informationen sind im Risikobericht des Konzernabschlusses (Konzernanhang) enthalten. [GRI 102-11, 102-15]

Die Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) empfiehlt Unternehmen, die klimabezogenen Risiken und Chancen im Rahmen des Risikomanagements zu analysieren und in die externe Berichterstattung mit einzubeziehen. Als Versicherung ist UNIQA im Kontext der Klimarisiken besonders durch die zunehmenden Wetterextreme gefordert, die eine Zunahme der Schadenquote sowie der Ausfallrisiken bedingen. UNIQA befasst sich aktiv mit dem Thema und berücksichtigt insbesondere die regulatorischen Entwicklungen.

Aus unseren Geschäftsbeziehungen oder Dienstleistungen können Risiken entstehen, die potenziell negative Auswirkungen im Hinblick auf die nichtfinanziellen Belange des

¹⁾ Versicherungstechnische Risiken, Marktrisiken, Kredit- und Ausfallrisiken, Liquiditätsrisiken, Konzentrationsrisiken, strategische Risiken, Reputationsrisiken, operationale Risiken, Ansteckungsrisiken, Emerging Risks

NaDiVeG haben. Diese möglichen Risiken beziehen sich auf:

- die Veranlagung,
- die Zeichnung von Industrie- und Gewerbegeschäft,
- die Zeichnung von Privatkundengeschäft und
- unsere Beschaffungsvorgänge.

In der **Veranlagung** ergeben sich potenzielle Risiken aus der Finanzierung unerwünschter Wirtschaftspraktiken anderer Unternehmen, die sich im Sinn der erwähnten Belange unter Umständen negativ auswirken könnten. Um dieses Risiko zu vermeiden, beurteilen und überwachen wir die wichtigsten Portfoliobestandteile gezielt im Rahmen von Nachhaltigkeits-Ratings.

Im **Industrie- und Gewerbegeschäft** regeln wir die Evaluierung und Übernahme von Industrierisiken durch die Anwendung der UNIQA Corporate Business Standards. Mittels Risk Assessment analysieren wir dabei Kunden in einem strukturierten Risiko-Evaluierungsprozess und identifizieren gemeinsam mit ihnen Verbesserungs- bzw. Risikominimierungspotenziale. Der Kunde bekommt entsprechend Zeit zur Umsetzung der Maßnahmen zur Verbesserung bzw. Minderung der Risiken. Diese Maßnahmen stellen die Basis für den zukünftigen Transfer der Risiken in eine Versicherungslösung dar. Neben der Einhaltung der gesetzlichen Rahmenbedingungen legen wir dabei besonderes Augenmerk auf die Vermeidung von Geldwäsche und Korruption sowie auf Umweltschutz, Arbeitsbedingungen und Menschenrechte.

Im **Privatkundengeschäft** haben die hier in Rede stehenden Risiken aus unserer Sicht eher untergeordnete Bedeutung. Durch verschiedene Angebote (z. B. Prämienrabatt für E-Autos) versuchen wir jedoch, Anreize für positive Auswirkungen im Sinn der nichtfinanziellen Belange zu fördern. Darüber hinaus erweitern wir im 1. Halbjahr 2020 in der fondsgebundenen Lebensversicherung das Fondsangebot um nachhaltige Investmentfonds. Zusätzlich tragen wir allfälligen Risiken durch Anwendung der Richtlinien für die Produktzulassung und unserer internen Compliance-Richtlinien Rechnung.

Bei **Beschaffungsvorgängen** können durch den Geschäfts- umgang mit anderen Unternehmen bzw. Lieferanten Risiken in Bezug auf die relevanten Belange entstehen. Um diese Risiken zu vermeiden, führt unser Einkauf Screenings und Nachhaltigkeitsbeurteilungen durch.

Maßnahmen und Ergebnisse 2019

- Unter dem Titel „UNIQA Protection“ startete UNIQA 2019 eine Sensibilisierungskampagne. Diese umfasste die Bereiche Security Management, Datenschutz und Compliance und diente vor allem dazu, das Bewusstsein für diese Themen im Unternehmen zu stärken. Der Fokus lag dabei auf dem Thema Sicherheit (von UNIQA, Mitarbeitern, Kunden und Partnern), dem Schutz von Daten sowie der richtigen Umsetzung von Compliance und Versicherungsrichtlinien. Der aufmerksamkeitsstarken Vermittlung dieser Inhalte dienten nicht nur verschiedene E-Learning-Module, sondern auch ein unternehmensinternes Gewinnspiel.
- In den Jahren 2018 und 2019 haben wir das Konzept der Mitarbeiterbefragung auch in den ersten internationalen Gesellschaften (Polen, Tschechien, Slowakei, Rumänien, Bosnien und Herzegowina sowie Ukraine) umgesetzt. Die Ergebnisse aus diesen Befragungen wurden auch dazu genutzt, Risiken im Mitarbeiterbereich zu minimieren und entsprechende Verbesserungsmaßnahmen abzuleiten. An deren Umsetzung arbeiten wir nun laufend. Schwerpunktthemen dabei sind interne Kommunikation, Ausbildung, Training und individuelle Entwicklungsmaßnahmen, Karrierepfade sowie die Verbesserung von IT-Lösungen.

Prioritäten und Herausforderungen für 2020

- Laufend beobachten wir die aktuellen regulatorischen Entwicklungen im Zusammenhang mit dem Thema Nachhaltigkeit. Im Jahr 2019 hat die europäische Versicherungsaufsicht EIOPA etwa ein Positionspapier zu „Sustainable Finance“ veröffentlicht. Dieses Thema wird nach Ansicht von EIOPA in naher Zukunft in „Solvency II“ aufgenommen. In dieser EU-Richtlinie sind auch Anforderungen an das Risikomanagement enthalten, die wir entsprechend umsetzen wollen.
- Einmal jährlich erheben wir die Risiken in unserem Unternehmen und ordnen sie vordefinierten Risikokategorien zu. Deren Erweiterung um die Kategorie „Nachhaltigkeitsrisiken“ ist dabei ein wichtiges Ziel. Die Frage, ob ein identifiziertes Risiko auch aus dem Blickwinkel der Nachhaltigkeit von Relevanz ist, soll zum fixen Bestandteil der Interviews und des Berichtswesens im Rahmen des Risikomanagementprozesses werden.

- Die derzeit geltende Unternehmensstrategie UNIQA 2.0 läuft im Jahr 2020 aus, und wir arbeiten bereits intensiv an der Ausgestaltung unserer neuen strategischen Vorgaben. Wesentliche Elemente dabei werden ein anhaltend starker Fokus auf unsere Kunden, hohe Effizienz und die rasche Bereitstellung relevanter Innovationen sein. Im Zuge der Überarbeitung der Unternehmensstrategie wird auch unsere Risikostrategie überdacht und angepasst werden müssen, um den neu gesteckten Rahmen adäquat zu reflektieren.

Menschenrechte, Korruption und Compliance

Der korrekte und wertschätzende Umgang mit Menschen ist eines der Kernelemente unserer Unternehmenskultur. In diesem Sinn ist uns auch eine vorbildliche Haltung in Bezug auf die Menschenrechte ein zentrales Anliegen. Besonders im Mitarbeiterbereich ist etwa die Achtung der Menschenwürde ein grundlegender Orientierungsmaßstab für uns. Wir bekennen uns dazu, niemanden aufgrund von ethnischer Herkunft, Hautfarbe, Religion, Geschlecht, sexueller Orientierung oder sonstigen Merkmalen zu benachteiligen. Darauf aufbauend setzten wir interne Standards in unserem Code of Conduct für ethisches Verhalten, die über die geltenden Gesetze hinausgehen. [\[GRI 102-16\]](#)

Die Einhaltung aller relevanten gesetzlichen Regelungen, unternehmensinternen Richtlinien und ethischen Grundsätze ist für uns als verantwortungsvoll agierendes Unternehmen unverzichtbar. Zudem basiert gerade das Versicherungsgeschäft auf Vertrauen. Rechtmäßiges Handeln hat somit nicht nur entscheidenden Einfluss auf den Ruf der gesamten UNIQA Group, sondern ist eine Grundvoraussetzung für unseren dauerhaften Erfolg.

Managementansatz

Neben der erstklassigen Qualität von Produkten und Services streben die Unternehmen der UNIQA Group auch nach höchsten Standards im Verhalten ihrer Mitarbeiter, sowohl innerhalb als auch außerhalb des Unternehmens. Einen klaren Rahmen dafür gibt der Code of Conduct, der unsere Unternehmensphilosophie zum Ausdruck bringt und Regelungen zu den wichtigsten Compliance-Themen enthält. Die darin festgelegten Grundsätze und Regeln gelten für sämtliche Bereiche unserer täglichen Arbeit und sind für den Vorstand, den Aufsichtsrat und alle Mitarbeiter von UNIQA bindend. Für spezielle Compliance-Themen – z. B. Geldwäscheprävention oder die Umsetzung des Foreign Account Tax Compliance Act (FATCA), des Common Reporting Standard sowie von Solvency II – existieren besondere Vorschriften in Form von spezifischen Policies, Standards und Manuals sowie konkreten Anweisungen zu ausgewählten Einzelthemen. Die Verantwortung für die Erstellung solcher internen Vorschriften sowie für die Umsetzung des Compliance-Programms der gesamten Gruppe liegt bei der Abteilung Legal & Compliance. Diese zentrale Einheit wird in jeder Tochtergesellschaft der

UNIQA Group und in jedem Land durch eine eigene lokale Compliance-Funktion unterstützt.

Unseren Code of Conduct finden Sie hier: www.uniqagroup.com/gruppe/versicherung/corporate-responsibility/compliance/code_of_conduct.html.de.html

Ein zentrales Element unserer Compliance-Organisation sind die jährlichen Treffen der Compliance-Verantwortlichen. Die Themenschwerpunkte lagen hier im Jahr 2019 auf der Identifikation von wirtschaftlichen Eigentümern, FATCA, Outsourcing, Whistleblowing, dem Produktentwicklungsprozess, der Compliance-Risikoanalyse und dem Umgang mit Kunden auf nationalen und internationalen Sanktionslisten. Diese Themen spiegeln gleichzeitig die operativen Schwerpunkte des Compliance-Managements von UNIQA im vergangenen Jahr wider.

Maßnahmen und Ergebnisse 2019

- **Policy-Management-System:** Sämtliche interne Regelungen folgen einer übersichtlichen Struktur. Sie sind in Form einer Hierarchie zusammengefasst und nun allen Mitarbeitern über das UNIQA Intranet zugänglich.
- **Whistleblowing-System:** Das im Jahr 2018 neu etablierte Whistleblowing-System bietet Mitarbeitern, Kunden, Geschäftspartnern und anderen Stakeholdern die Möglichkeit, allfällige schwerwiegende Compliance-Verstöße zu melden und damit zu deren Aufdeckung beizutragen. Selbstverständlich besteht auch die Möglichkeit einer anonymen Meldung. Das neue Whistleblowing-System hat sich in der Praxis bewährt, und mit der Möglichkeit externer Meldungen werden die gesetzlichen Anforderungen übererfüllt.
- **Emittenten-Compliance:** Im 1. Quartal 2019 haben wir das E-Learning-Modul „Emittenten-Compliance“ ausgerollt, das von allen Mitarbeitern in Österreich verpflichtend zu absolvieren ist. Darüber hinaus stellen regelmäßige Präsenzs Schulungen für verschiedene Mitarbeitergruppen sowie für Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder sicher, dass sich alle potenziell Betroffenen auf demselben aktuellen Wissensstand befinden. Unsere Policy zur Hintanhaltung von Marktmissbrauch wurde im Jahr 2019 aktualisiert und an die neue Gesetzeslage und die praktischen Gegebenheiten im Unternehmen angepasst. Der Compliance-Verantwortliche berichtet einmal im Quartal über die wichtigsten Angelegenheiten

der Emittenten-Compliance an den Vorstand und erstattet außerdem einen ausführlichen Jahresbericht.

- **Group Screening Solution:** Zur Vermeidung von Geschäft mit Kunden, die auf nationalen und internationalen Sanktionslisten stehen, haben wir 2019 die Implementierung einer neuen Software zur Überwachung von Sanktionen gestartet. Damit wird der Kundenbestand anhand der relevanten Sanktionslisten periodisch und anlassbezogen geprüft. Zusätzlich dient das neue System, das in Österreich seit Ende 2019 eingesetzt wird, zur Identifikation von politisch exponierten Personen.
- **Compliance im internen Kontrollsystem (IKS):** Mit IKS 2.0 – einem wesentlichen Bestandteil der Risiko-früherkennung – wurden im Jahr 2019 im operativen Arbeitsumfeld verstärkt Compliance-Risiken identifiziert und bewertet. Die vollumfängliche Abdeckung von Compliance-Risiken im IKS stellt eine angemessene Kontrolle der Risiken sicher. Zudem können Maßnahmen gegen Compliance-Vorstöße besser und strukturierter gesteuert werden.
- **UNIQA Insurance Platform (UIP):** Bei der Implementierung des neuen Kernversicherungssystems UNIQA Insurance Platform, das die bestehenden Versicherungssysteme ablöst, wirkt die Compliance-Funktion aktiv mit. Schon zu Projektstart wurden die umfassenden Compliance-Anforderungen in die UIP-Prozesse eingebettet, um die regulatorischen Anforderungen zu erfüllen.
- **Common Reporting Standard (CRS):** CRS ist ein internationales Abkommen zur Bekämpfung von grenzüberschreitender Steuerhinterziehung und Steuerflucht. In Österreich wurde CRS mit dem Gemeinsamen Meldestandard-Gesetz (GMSG) in nationales Recht umgesetzt. Aufgrund der daraus resultierenden gesetzlichen Verpflichtungen hat UNIQA Österreich im Jahr 2019 15.966 Kunden mit nichtösterreichischer Steueransässigkeit an das österreichische Finanzamt gemeldet. Dies erforderte einen signifikanten Koordinationsaufwand zwischen mehreren Unternehmensbereichen.
- **Foreign Account Tax Compliance Act (FATCA):** FATCA ist ein Abkommen zwischen der Republik Österreich und den USA, das die Einhaltung steuerlicher Verpflichtungen von US-Personen mit Konten im Ausland gewährleisten soll. Auch diesem Abkommen zur Bekämpfung von

Steuerflucht kommt UNIQA Österreich vollumfänglich nach und hat im Jahr 2019 347 Kunden mit US-Steuerpflicht an die Bundessteuerbehörde der Vereinigten Staaten gemeldet.

Prioritäten und Herausforderungen für 2020

- **Compliance-Beauftragte:** Die zusätzliche Etablierung von Compliance-Beauftragten in den Zweigniederlassungen, Nicht-Versicherungsgesellschaften und Landesdirektionen soll die Erfüllung der Compliance-Anforderungen künftig noch besser gewährleisten. Ziele sind die Stärkung des Bewusstseins für Compliance-Themen in den lokalen Organisationseinheiten sowie die Unterstützung der Compliance-Funktion bei der operativen Umsetzung, etwa bei der Administration von Zuwendungen.
- **Group Screening Solution:** Die ausländischen Versicherungsgesellschaften werden ab 2020 stufenweise an das Ende 2019 in Österreich eingeführte neue System zur Überwachung von Sanktionen und politisch exponierten Personen angebunden.
- **Compliance als Bestandteil des „Governance, Risk and Compliance“-Tools (GRC):** Mit dem GRC-Tool implementiert die UNIQA Group eine zentrale Datenbank, die vier Disziplinen – Compliance, Datenschutz, Risikomanagement und IT-Security – verbindet und dadurch den integrierten Ansatz bei der Erfassung von Risiken stärken soll. Auch die internationalen Niederlassungen werden im Jahr 2020 an diese Software angebunden.
- **5. EU-Geldwäsche-Richtlinie:** Mit der 5. EU-Geldwäscherichtlinie, deren Umsetzung in nationales Recht im Jänner 2020 erfolgt, werden neue Schwerpunkte definiert, die unter anderem intensivere Prüf- und Dokumentationspflichten mit sich bringen.
- **Zuwendungsdatenbank:** Zu Transparenz- und Anti-Korruptionszwecken wurde eine Datenbank eingerichtet, in der alle intern definierten Zuwendungen erfasst werden. Diese Datenbank wird 2020 angepasst und damit benutzerfreundlicher gestaltet.

Datenschutz

Als Versicherung verarbeitet UNIQA große Mengen an sensiblen Daten, für die besonders hohe Schutzanforderungen gelten. Um den daraus resultierenden Datenschutzrisiken entgegenzuwirken, haben wir schon frühzeitig strukturierte Prozesse und klare Prioritäten definiert und entwickeln uns in diesem Bereich auch stetig gezielt weiter.

Managementansatz

Nach Umsetzung der EU-Datenschutz-Grundverordnung im Jahr 2018 muss UNIQA bei der Datenerhebung umfangreiche Informationspflichten erfüllen. Neben einer Reihe datenschutzrechtlicher Auflagen müssen wir zudem in der Lage sein, Kunden jederzeit Auskunft darüber zu geben, in welchen Systemen ihre Daten gespeichert und wie sie verwendet werden.

Aus Risikomanagementperspektive bestehen im Umgang mit neuen Technologien drei Datenschutz-Risikokategorien für UNIQA: Compliance-, Reputations- und Datenschutzrisiken. Durch die Implementierung eines Datenschutzmanagementsystems (DSMS) können wir bei der Auseinandersetzung mit diesen Risiken strukturiert vorgehen und gezielt Prioritäten setzen.

Um einen datenschutzgerechten und nachhaltigen Einsatz neuer Technologien sicherzustellen, führen wir bei der Einführung neuer Datenverarbeitungsprozesse Beratungen sowie bei Bedarf eine Datenschutz-Folgenabschätzung nach Risikomanagementkriterien durch. Dabei werden sowohl technische als auch rechtliche und prozessbezogene Faktoren bewertet. Anhand dieser Analyse entscheiden wir, ob und wie wir eine neue Verarbeitungstätigkeit aufnehmen. [\[GRI 102-15\]](#)

Maßnahmen und Ergebnisse 2019

- Mitwirkung an der Weiterentwicklung des österreichischen Branchenstandards (ÖBS) für Datenschutz im Verband der Versicherungsunternehmen Österreichs (VVO).
- Weiterentwicklung der Kommunikationswege mit Kunden und Partnern, Abschluss des Pilotbetriebs für das Konzept „Sichere Kommunikation 2.0“.

- Start der Umsetzung des „Löschkonzepts 2.0“, um eine bessere und differenziertere Gestaltung der Aufbewahrungsfristen sicherzustellen.

- Weiterentwicklung und Optimierung des Auskunftsprozesses mittels Robotic Process Automation (RPA).

Prioritäten und Herausforderungen für 2020

- Durch die Fertigstellung des österreichischen Branchenstandards (ÖBS) für Datenschutz des VVO soll die Abstimmung innerhalb der Versicherungsbranche weiter verbessert werden. (Die Beschlussfassung dazu ist für Mitte 2020 geplant.)
- Das Konzept zur „Sicheren Kommunikation 2.0“ wird stufenweise und in Abstimmung mit dem Maßnahmenplan des VVO eingeführt und ermöglicht sichere E-Mail-Kommunikation mit Versicherungsunternehmen, Partnern sowie mit Kunden.
- Mithilfe des „Löschkonzepts 2.0“ soll die Umsetzung der unterschiedlichen Aufbewahrungsfristen weiter optimiert werden.
- Der neue Standard zum Testdatenmanagement bei UNIQA regelt künftig die Verwendung von Daten im Zuge von Tests und damit zusammenhängende Datenschutzerfordernungen.

Veranlagung

Um die Ziele des Pariser Klimaabkommens – u. a. eine Reduktion der Treibhausgasemissionen um 40 Prozent bis zum Jahr 2030 – zu erreichen, sind zusätzliche Investitionen von rund 180 Milliarden Euro pro Jahr notwendig. Der Finanzsektor spielt dabei eine Schlüsselrolle, da er große Summen privaten Kapitals in Richtung nachhaltiger Investments mobilisieren könnte.

Managementansatz

Die Kapitalveranlagung, ein zentrales Element des Versicherungsgeschäfts, ist in der UNIQA Group langfristig und auf wechselseitigen Nutzen – sowohl für das Unternehmen als auch für die Gesellschaft – ausgelegt. Um diesem Anspruch gerecht zu werden, fühlen wir uns verpflichtet, ein verantwortungsbewusstes und nachhaltiges Management unserer Kapitalanlagen sicherzustellen.

Gezielt berücksichtigen wir bei der Anlageentscheidung deshalb auch gesellschaftliche und ökologische Kriterien und entwickeln unsere Veranlagungsstrategie in diese Richtung konsequent weiter. Unsere Nachhaltigkeitsrichtlinie spiegelt unser Bemühen um soziale und ökologische Qualität der Kapitalanlagen und Anlageprozesse wider. Ziel der Veranlagung ist es, das Gesamtportfolio nachhaltig zu gestalten, wobei wir bis auf wenige Ausnahmen auf Ausschlüsse (z. B. Kohle) verzichten. Dabei verwirklichen wir insbesondere die Anliegen des Modells „People, Planet, Profit“. In Unternehmen zu investieren, die aufgrund ihrer ökologisch oder sozial verträglichen Produkte direkt einen ökologischen oder gesellschaftlichen Nutzen schaffen, hat für uns immer höhere Priorität. Auch die Reputation bei Kunden, die Treue der Mitarbeiter und korruptionsfreie Strukturen sind ökonomische Erfolgsfaktoren für Unternehmen und Länder sowie deren Investoren. Nachhaltigkeitsfaktoren ersetzen nicht die bewährten Instrumente des klassischen Wertpapiermanagements, aber sie ergänzen sie auf nutzbringende Weise.

Denn für den langfristigen wirtschaftlichen Erfolg sind naturgemäß auch klassische Investmentziele wie Ertrag, Sicherheit und Liquidität entscheidend und tragen maßgeblich zur Risikovorbeugung bei.

Maßnahmen und Ergebnisse 2019

- In den ersten Monaten des Jahres 2019 haben wir in Zusammenarbeit mit einem externen Berater unsere

Investment Policy, in der die für unsere Veranlagungen relevanten ESG-Kriterien (Environment, Social, Governance – ESG) festgeschrieben sind, überarbeitet und aktualisiert. Im Sinn des von UNIQA beschlossenen Kohleausstiegs ist damit nunmehr auch die Veranlagung in Unternehmen ausgeschlossen, die in der Gewinnung, Weiterverarbeitung und Vermarktung von Kohle tätig sind bzw. Kohle in größerem Ausmaß zur Energiegewinnung einsetzen. Für alle anderen Emittenten gilt das ESG-Rating, das quartalsweise von unserem Berater aktualisiert wird.

- Der besseren Vermittlung des Rating-Prozesses diente 2019 ein eigener Workshop für unsere Portfoliomanager, anschließend erfolgte die Implementierung in unsere Investmentprozesse. Ziel von Veranlagungsentscheidungen ist es nunmehr, das durchschnittliche ESG-Rating zu verbessern bzw. zumindest auf gleichem Niveau zu halten.
- Darüber hinaus haben wir nicht nur unseren Prozess, sondern auch unser Portfolio-Rating einer Zertifizierung durch die Österreichische Gesellschaft für Umwelt und Technik (ÖGUT) unterzogen. Das erfreuliche Ergebnis: Anfang Oktober 2019 wurden wir als erste Versicherung in Österreich mit dem ÖGUT-Zertifikat in Bronze ausgezeichnet.

Prioritäten und Herausforderungen für 2020

- Die quartalsweise gelieferten ESG-Rating-Daten werden im Laufe des Jahres in unsere Datenbanken übernommen. Damit wird ein Monitoring der ESG-Durchschnittsratings leichter möglich.
- Die Richtlinien bzw. Verordnungen, die in der EU oder in unseren einzelnen Märkten 2020 in Kraft treten, setzen wir selbstverständlich entsprechend um.
- Im 1. Quartal 2020 wird unser Status „Bronze“ durch die ÖGUT erneut überprüft.

Kunden

Kunden und Markt

Eine Versicherung muss Sicherheit geben: Unsere Kunden erwarten eine Absicherung gegen Risiken, die in Zukunft möglicherweise zu Schäden führen könnten. Wir unterstützen sie deshalb in der Schadenprävention – und im Schadenfall durch einfache, kundenfreundliche Kommunikation, kurze Kommunikationswege und rasche Abwicklung. Dabei sind wir stets gefordert, konsequent aus Kundensicht zu denken und zu handeln.

Managementansatz

Das Versicherungsgeschäft ist eine Dienstleistung. Wir trachten deshalb stets danach, den Dienst am und für den Kunden noch stärker in unserer Organisation und in unseren Prozessen zu verankern. Zudem ist es unser Anspruch, Kundenbedürfnisse und Markttrends rechtzeitig zu erkennen und gemeinsam mit unseren Kunden Produkte und Services zu entwickeln, die hohe Relevanz für sie haben. Deshalb erheben und evaluieren wir die Bedürfnisse unserer Kunden im Rahmen unserer Kunden- und Marktstrategie laufend. Wir führen quantitative und qualitative Umfragen (Marktforschung bzw. VoC (Voice of Customer)) durch, testen MVPs (Minimum Viable Products) und entwickeln dadurch gemeinsam mit unseren Kunden Produkte und Services in den entsprechenden Zielsegmenten.

Bei alldem spielt Transparenz laut IDD (Insurance Distribution Directive) eine wichtige Rolle. Produktinformationsblätter müssen kurz, prägnant und standardisiert sein und gleichzeitig die gesetzlichen Vorgaben erfüllen. Jedes einzelne Produkt ist dabei abzudecken. Wir arbeiten intensiv daran, die Verständlichkeit und Transparenz auf allen Kommunikationskanälen zu verbessern. Schulungen zum richtigen Wording unterstützen unsere Mitarbeiter dabei, fachlich korrekt, aber dennoch kundenfreundlich und verständlich zu kommunizieren. Ein wichtiger Informationskanal ist die UNIQA Homepage, auf der Kunden und Interessierte einfach und transparent alles Wissenswerte zu unseren Produkten und Dienstleistungen finden.

Mit dem Anfang 2018 neu gegründeten Ressort Kunde & Markt können wir die strategische Produkt- und Serviceentwicklung von UNIQA noch gezielter auf unsere Kunden ausrichten. Seine Aufgabe ist es, sicherzustellen, dass wir den eingeschlagenen Weg konsequent und zielorientiert verfolgen.

Maßnahmen und Ergebnisse 2019

Kunden-Zentrierungs-Index

- Mit dem 2019 neu entwickelten CCI (Customer Centricity Index) haben wir eine Methode an der Hand, mit der wir uns in den für unsere Kunden wesentlichen Bereichen „Produkt“, „Vertrieb“, „Schaden/Leistung“, „Service“ und „Brand“ nachhaltig kundenzentrierter ausrichten können.
- Wir arbeiten funktions- und abteilungsübergreifend im Sinn unserer Kunden zusammen, analysieren einmal im Monat die Ergebnisse und setzen entsprechende Maßnahmen.
- Bei der Analyse der KPIs überprüfen wir auch ihre Praxistauglichkeit sowie ihre Relevanz für die Weiterempfehlungsbereitschaft unserer Kunden. Dazu ist es wesentlich, dass die monatlich erhobenen Daten auch dazu geeignet sind, daraus Maßnahmen zur Verbesserung abzuleiten.

Produktentwicklung

- Vor jeder Produktneuentwicklung erheben wir über eine direkte Kundenbefragung den möglichen Mehrwert für unsere Kunden. Eingesetzt werden dazu quantitative Telefon- oder Onlineinterviews bzw. -fragebögen, qualitative persönliche Gespräche, User-Tests und Eye-Tracking-Methoden.
- Für die Weiterentwicklung unserer Anwendungen folgen wir unserem kundenzentrierten Designprozess in drei Schritten:
 - Kundenbedürfnisse erkennen und verstehen,
 - Ideen generieren und Lösungen als Prototyp erstellen,
 - Testen mit aktuellen Nutzern.
- Nachdem wir zwei optionale Bausteine in den jeweiligen Kundenzielsegmenten erfolgreich getestet hatten, bieten wir sie seit 2019 als Ergänzung zu unserem Unfalltarif neu an. Diese Produktbausteine entsprechen dem Grundgedanken „Sicher, besser, länger leben“, den wir in alle unsere Überlegungen miteinbeziehen. Der eine Baustein soll beim „Gesundbleiben“ unterstützen, der andere beim „Gesundwerden“ helfen. Beide Bausteine sind seit September 2019 auf dem Markt und werden von unseren Kunden gut angenommen.

Prioritäten und Herausforderungen für 2020

- Das Jahr 2020 wird von der weiteren Optimierung der Kommunikationskanäle zu unseren Kunden geprägt sein. Unser Kundenportal und die UNIQA App gewinnen dabei laufend an Bedeutung. Das Portal ermöglicht nicht nur papierloses Kommunizieren, sondern wir können hier – soweit uns die entsprechende Zustimmung vorliegt – wertvolle Informationen direkt aktiv bereitstellen. Diese reichen vom UNIQA Unwetter-Service bis hin zu Tipps rund um die Themen Gesundheit, Reise, Haus und Garten sowie Mobilität. Via Chatbot sollen immer wiederkehrende Fragen unserer Kunden einfach, schnell und zeitunabhängig beantwortet werden.
- Relevante Kundenbeziehungen können wir insbesondere dann aufbauen, wenn wir die Erlaubnis unserer Kunden haben, mit ihnen elektronisch zu kommunizieren. Darauf basieren sämtliche Konzepte zum Thema „Next Best Action“, bei denen es um die Frage geht, wann wir einem Kunden eine Information aktiv, aber automatisiert über das Kundenportal oder über eine Push-Nachricht der App zukommen lassen sollen. Bei Interesse kann der Kunde in diesem Fall sofort mit einem Klick einen bzw. seinen Berater kontaktieren.
- Die Umsetzung der sogenannten „360-Grad-Kundenkommunikation“ steht im Fokus unseres Customer-Relation-Management-Projekts. Der Berater erhält dadurch die relevanten Informationen zu seinen Kunden direkt auf seinen Bildschirm und kann diese so bedarfsorientiert und anlassbezogen kontaktieren.
- Die differenzierte Gruppierung unserer Kunden nach Zielsegmenten ist eine weitere Herausforderung, die wir im Jahr 2020 umsetzen wollen. Ziel dieser Segmentierung ist die Möglichkeit, jenen Kunden, die unseren Newsletter erhalten, zielgruppenspezifisch relevante Informationen zuzusenden.
- Im Rahmen der Marktforschung geht es uns vor allem darum, die gewonnenen Erkenntnisse allen Bereichen transparent zur Verfügung zu stellen. Die Optimierung und im besten Fall die Automatisierung der Befragungen ist daher eine weitere wichtige Aufgabe, der wir uns 2020 widmen werden.

- Am weiteren Ausbau der Onlineaktivitäten und an der Optimierung des Weges bis zum Versicherungsabschluss arbeiten wir ebenso laufend wie an der permanenten Verbesserung der UNIQA Homepage. Diese dient unseren Kunden einerseits als Informationsquelle und andererseits als Servicepage für jene, die ihre Schäden online melden. Daher ist die zielorientierte und einfache Gestaltung der Schadenmeldung ein Umsetzungsschwerpunkt für alle Informations- (Homepage) und Kommunikationskanäle (App und Portal).

In vielen Wirtschaftsbereichen besteht ein starker Trend zu zentralisierten, automatisierten und geringerwertigen Lösungen. Regionale Ansprechpartner stellen im Gegensatz dazu persönliche Betreuung sicher. Denn Kunden zu servizieren heißt für uns, sie dann zu unterstützen, wenn sie gerade Bedarf haben, oder sie dort abzuholen, wo sie sich gerade bewegen. Wir sind stets für unsere Kunden da: überall dort, wo sie uns suchen, und immer dann, wenn sie uns brauchen – in einem unserer rund 400 ServiceCenter vor Ort, beim Kundenberater, auf unserer Website oder unserem Kundenportal, mittels App, im telefonischen UNIQA Kundenservice, im medizinischen Competence Center oder in einem unserer zentralen ServiceCenter.

Beschwerdemanagement

In den unterschiedlichsten Lebenslagen möchten sich Kunden voll und ganz auf ihre Versicherung verlassen können. UNIQA steht ihnen in diesen Lebenssituationen zur Seite – mit dem jeweils passenden Versicherungsschutz, prompter Versicherungsleistung und kundenorientiertem Service. All diese Elemente müssen für unsere Kunden im täglichen Leben spürbar und wirksam sein. UNIQA ist sich dieser Verantwortung bewusst und betrachtet daher Anregungen und Kritik immer als Chance und Auftrag zur Verbesserung.

Gerade bei Beschwerden ist es wichtig, freundlich und kompetent über das konkrete Thema hinaus zu agieren. Besonders in Konfliktsituationen begleiten und unterstützen wir unsere Kunden daher aktiv und halten persönlichen Kontakt. Denn es ist uns ein Anliegen, die an uns gestellten Erwartungen nicht nur zu erfüllen, sondern noch zu übertreffen, um die Zufriedenheit und Loyalität unserer Kunden zu steigern.

Managementansatz

Mit Jänner 2019 haben wir unsere interne Ombudsstelle am Standort Österreich mit der Stabsstelle Touchpoint und Anliegenmanagement zusammengeführt. Dadurch können wir Anliegen und Beschwerden unserer Kunden organisatorisch wesentlich besser steuern und noch professioneller bearbeiten. Alle Beschwerden, die bei UNIQA am Standort Österreich eintreffen, bearbeiten und erledigen wir streng nach der ELOPA-Leitlinie, die somit eine elementare Grundlage unseres Beschwerdeprozesses bildet. Speziell ausgebildete Mitarbeiter sorgen dabei für eine noch kompetentere und schnellere Reaktion auf Beschwerden und Kundenanliegen.

Sie können eigenverantwortlich, rasch und unkompliziert Lösungen für den Kunden erarbeiten. Dafür bringen sie nicht nur ihr umfassendes Know-how ein, sondern vermitteln bewusst auch ein positives Gefühl der Lebensfreude, eines wesentlichen Elements unserer Unternehmensphilosophie. Durch elektronisch unterstützte Dokumentation und Erledigung der Beschwerden gewährleisten wir eine datengesicherte und transparente Vorgangsweise auch in diesem Bereich. Die Auswertung und die Analyse von Kritik und Anregungen unserer Kunden geschehen regelmäßig und selbstverständlich unter Wahrung des Datenschutzes. Dieser Prozess hilft uns dabei, mögliche Ursachen und Fehler zu erkennen und künftig zu vermeiden. Über die eingegangenen Beschwerden berichten wir jährlich der Finanzmarktaufsicht.

Maßnahmen und Ergebnisse 2019

Die Anzahl der Kundenbeschwerden am Standort Österreich war 2019 im Vergleich zu den Vorjahren erneut rückläufig. Von 3,6 Millionen Kunden in Österreich haben sich im Berichtsjahr 2019 lediglich 2.373¹⁾ (2018: 3.107) bei UNIQA beschwert. [\[GRI 418-1\]](#)

¹⁾ Aufgrund von Qualitätsverbesserung, Verfeinerung der Spartenkennung und Ergänzung von Auswahlkriterien in den Onlinekanälen kam es 2019 zu diesem Rückgang.

Innovative Services und Produkte

In zunehmendem Maß bietet UNIQA Produkte und Services, die um ökologische, ethische oder soziale Komponenten erweitert wurden. Denn dass innovative Services und Produkte im Fokus unserer Kunden liegen, hat sich auch im Rahmen unserer Wesentlichkeitsanalyse gezeigt. Durch persönliche Beratung wollen wir unseren Kunden genau jene Produkte und Services anbieten, die sie für ihre individuellen Lebensumstände benötigen. Wir betrachten dies als Teil unserer sozialen Verantwortung. Um unsere Produkte und Services nachhaltig zu erweitern und anzupassen, beobachten wir Megatrends und lassen diese in unsere Produktentwicklung miteinfließen.

Krankenversicherung

Mit Blick auf die Trends und Herausforderungen im Bereich der privaten Krankenversicherung positioniert sich die UNIQA Group im Sinn ihrer Vision „Sicher, besser, länger leben“ breiter auf dem Gesundheitsmarkt. Unser langfristiges Ziel ist es, der beste Gesundheitsdienstleister im österreichischen Markt zu bleiben. Mit einem Marktanteil von rund 46 Prozent sind wir hier seit vielen Jahren Marktführer.

Neben unserem bekannt hohen Qualitätsanspruch spielt Innovation in der Krankenversicherung eine zentrale Rolle. Generell gilt: UNIQA möchte Kunden und auch jene, die es noch werden wollen, durch Produkte, Sponsoring-Maßnahmen und Informationsinitiativen motivieren, gesünder zu leben. Diesem Anliegen dienen individualisierte Präventionsangebote ebenso wie nachhaltige Versorgungsstrukturen im Akutfall. Die Basis dafür bilden schon heute ein starkes Ärztenetzwerk und eine zielgerichtete, effiziente und qualitativ hochwertige zeitnahe Behandlung, österreichweit und rund um die Uhr.

Maßnahmen und Ergebnisse 2019

Medizinische Versorgung

- Mit dem Aufbau und der ständigen Erweiterung des LARA-Partnernetzwerks (Labor, Arzt, Röntgen, Apotheke) – eines Netzwerks aus verschiedenen Gesundheitsdienstleistern – schaffen wir Rahmenbedingungen für die Implementierung telemedizinischer Anwendungen für UNIQA Kunden. Die Digitalisierung im Gesundheitswesen (z. B. Beratungsgespräche zwischen Arzt und Patienten via Videotelefon) schafft nicht zuletzt in

Anbetracht des zunehmenden Ärztemangels speziell in ländlichen Regionen wichtige medizinische Versorgungsmöglichkeiten.

- Den Zusatzbaustein Akut-Versorgt für die UNIQA Sonderklasseversicherung haben wir auf weitere Bundesländer ausgeweitet: So gibt es das Angebot seit 2019 auch in der Steiermark in der Privatklinik Graz Ragnitz, in Kärnten in der Privatklinik Maria Hilf in Klagenfurt und in Vorarlberg im Gesundheitszentrum Lustenau.

Prävention, Ernährung und Bewegung

- Im Rahmen des betrieblichen Gesundheitsmanagements war der UNIQA Gesundheitstruck bis Ende 2019 rund 50 Mal in ganz Österreich unterwegs und besuchte Unternehmen, die besonderes Augenmerk auf die Gesundheit ihrer Mitarbeiter legen. Der Mobile Health Check direkt am Firmenstandort ermöglicht es, noch im Truck zahlreiche Erkrankungen von Mitarbeitern frühzeitig zu erkennen und entsprechende weitere Abklärungen zu empfehlen.
- Seit Anfang 2019 können UNIQA Kunden mit der Lifestyle-DNA-Analyse sogar einen wissenschaftlich fundierten Gentest in Anspruch nehmen: Eine individuelle Genanalyse zeigt, welche Lebensmittel die Gesundheit und die Leistungsfähigkeit unterstützen, wie Ausdauer und Muskelkraft optimal trainiert werden können und wie gut die Entgiftung in Bezug auf Schwermetalle und Schadstoffe im Körper erfolgt.

Start-up-Initiativen

- Erprobung eines Geräts zur Langzeit-Rückenmessung gemeinsam mit VivaBack, einem aus dem (von UNIQA geförderten) Impact Hub hervorgegangenen Start-up.
- Einbindung des VivaBack-Pilotbetriebs in ein Standardangebot für Firmenkunden.
- Zahlreiche Pilotprojekte zum Thema Prävention von UNIQA Mitarbeitern und Start-ups (z. B. Gesundheits-App von SidekickHealth, Abios Stress- und Vitaldiagnostik).

Lebensversicherung

In den vergangenen Jahren hat UNIQA Österreich sowohl die klassische als auch die fondsgebundene Lebensversicherung völlig neu positioniert. So haben wir nicht nur die Abschlusskosten drastisch gesenkt, sondern vor allem auch die Produkte selbst deutlich flexibler gemacht. Während sich die klassische Lebensversicherung dabei an Menschen richtet, für die Sicherheit den höchsten Stellenwert einnimmt, bietet die fondsgebundene Lebensversicherung die Möglichkeit, an einer höheren Rendite zu partizipieren.

Maßnahmen und Ergebnisse 2019

- Unsere Lebensversicherungsprodukte bieten hohe Flexibilität durch die Möglichkeit von kostenlosen Entnahmen und Zuzahlungen während der gesamten Laufzeit sowie geringere Kosten durch laufende Provisionszahlungen statt „kopflastiger“ Vorschreibung bei Versicherungsabschluss.
- Schwerpunkt auf der fondsgebundenen Lebensversicherung:
 - kundenorientierte Positionierung der Versicherungslösung als Altersvorsorge,
 - hohe Variabilität durch verschiedene Veranlagungsmodelle,
 - bedarfsgerechter Versicherungsschutz.

Prioritäten und Herausforderungen für 2020

- Wir entwickeln unsere Produktlandschaft in der Lebensversicherung weiter, natürlich mit Bedacht auf die anhaltend niedrigen Zinsen.
- Wir setzen Akzente in der Kundenberatung, um vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen und gesetzlichen Bedingungen den Lebensstandard durch die individuell bestgeeigneten Produkte langfristig sicherzustellen.
- Wir fassen verstärkt nachhaltige Investment-Möglichkeiten ins Auge.
- Wir erweitern im 1. Halbjahr 2020 in der fondsgebundenen Lebensversicherung das Fondsangebot um nachhaltige Investmentfonds.

Schaden- und Unfallversicherung

Die nachhaltig ausgerichtete und innovative Weiterentwicklung unserer Produkte, Dienstleistungen und Services steht für uns auch in der Sachversicherung an oberster Stelle. Neue soziale und ökologische Trends rechtzeitig zu identifizieren, ist dabei genauso wichtig, wie einen potenziellen negativen Impact auf Gesellschaft und Umwelt zu vermeiden. Wir erkennen die Bedürfnisse unserer Kunden und stehen ihnen möglichst umfassend mit passenden Produkten und Services zur Seite.

Maßnahmen und Ergebnisse 2019

Sicherheit und Nachhaltigkeit im Straßenverkehr

- UNIQA SafeLine und SafeLine App sind weiterhin sehr erfolgreich:
 - Unfallvermeidung bzw. rasche Hilfeleistung,
 - Prämiensparnis in der Kfz-Haftpflichtversicherung, um bis zu 50 Prozent bei Verzicht auf das Mobiltelefon während des Autofahrens.
- 25 Prozent Nachlass auf Kfz-Haftpflichtprämie bei Elektroautos.

Prävention bei Naturereignissen

- Zuverlässige Wetterinformationen und rechtzeitige Warnungen durch den internationalen Wetterdienst UBIMET.

Versicherungslösungen für Cyberrisiken

- UNIQA Cyber Privatdeckung bietet permanentes Online-monitoring von Inter- und Darknet, um Missbrauch von E-Mail- und Bankdaten vorzubeugen.
- Ein zusätzlicher Baustein für Cybersicherheit in der Betriebsversicherung bietet z. B. die Übernahme der Kosten für den raschen Einsatz eines IT- oder PR-Unternehmens, um den eingetretenen Schaden möglichst gering zu halten.

Innovative Produkte

- Relaunch der Haushaltsversicherung Chili: Wir haben ein flexibles Produkt speziell für Studenten und Senioren geschaffen, das es den Kunden ermöglicht, monatlich zu kündigen. Dies trägt dem allgemeinen Trend zu Versicherungslösungen Rechnung, die flexibel auf die wechselnden Bedürfnisse der Kunden eingehen.

Prioritäten und Herausforderungen für 2020

- Hackerangriffe können schnell zu existenzbedrohenden Betriebsunterbrechungen führen. Hier sind wir gefordert, die stark zunehmende Nachfrage nach Versicherungslösungen im Cyberbereich kompetent zu decken. Denn die Unterbrechung dauert nicht nur so lange, wie der Betrieb des Kunden „physisch“ lahmgelegt ist, sondern bis zweifelsfrei feststeht, dass die Gefahr (etwa durch Malware) vollständig beseitigt wurde und nicht eventuell noch Dritte „infiziert“ werden können.

Mitarbeiter

Aufgabe von Group Human Resources (GHR) ist es, alle Teams innerhalb der UNIQA Group zu unterstützen, attraktive Angebote zur persönlichen und fachlichen Entwicklung zu liefern und so in einem konstruktiven und positiven Arbeitsumfeld die Grundlagen für den anhaltenden Erfolg des Unternehmens zu legen.

Managementansatz

In jedem unserer Märkte verfügen wir über eine eigene HR-Abteilung, die in die jeweilige Landesorganisation eingegliedert ist. Da das arbeitsrechtliche Umfeld landesspezifisch große Unterschiede aufweist, bestehen im Personalmanagement der UNIQA Group entsprechend viele unterschiedliche Prozesse und Strukturen. Die strategische Steuerung der gruppenweiten HR-Agenden geht von Group HR im Wiener Headquarter aus.

Group HR konzentriert sich dabei auf gruppenweit relevante Schwerpunktthemen wie Solvency-II-konforme Remunerationssysteme für Führungskräfte und Mitarbeiter, Prozesse im Bereich Talent Management sowie eine einheitliche Feedback-Kultur anhand standardisierter Mitarbeitergespräche. Besonders auf diesen Gebieten setzen wir trotz unterschiedlicher rechtlicher Rahmenbedingungen in der ganzen UNIQA Group auf konforme Standards und Prozesse.

Offener Informationsfluss, Teamwork und ehrliche Feedback-Kultur haben bei UNIQA einen hohen Stellenwert. Mit dem Intranet NIQI und anderen Plattformen kommunizieren wir über digitale Medien und legen dabei höchsten Wert auf den persönlichen Dialog von Führungskräften und Mitarbeitern. Dies erfolgt im Rahmen von Mitarbeiterversammlungen, Teambesprechungen oder den jährlichen strukturierten Mitarbeitergesprächen, die wir gruppenweit einheitlich durchführen – allein 2019 wurden insgesamt 5.691 Mitarbeitergespräche geführt. [\[GRI 404-3\]](#)

Gesundheit, Sicherheit und Zufriedenheit der Mitarbeiter

Mitarbeiterzufriedenheit

- 2019 haben wir in Österreich und an den Auslandsstandorten der UNIQA IT Services GmbH (UITS) wieder

die umfassende UNIQA Group Mitarbeiterbefragung durchgeführt. Die Ergebnisse stützen die Aussagen aus den Vorjahren, liefern aber auch neue Erkenntnisse zu Themen wie „Generationen“, „Karrierechancen für Frauen“ und „Fehlerkultur“. Sämtliche Resultate haben sich 2019 im Vergleich zum Vorjahr verbessert, und auch die Teilnahmequote stieg von 75,6 Prozent im Jahr 2018 auf 79 Prozent der Befragten.

- Auch der Rollout der Befragung auf die internationalen Märkte von UNIQA setzte sich im Berichtsjahr fort: Nachdem die Mitarbeiterbefragung 2018 bereits in Polen, Tschechien, der Slowakei, Rumänien sowie Bosnien und Herzegowina durchgeführt worden war, fand sie 2019 erstmals auch in der Ukraine statt. Neben einer erfreulich hohen Beteiligungsquote haben diese Umfragen durchwegs sehr positive Erkenntnisse gebracht.

Arbeitssicherheit und Gesundheit [\[GRI 403-2\]](#)

- Im Sinn unserer Mission, Menschen darin zu unterstützen, sicher, besser und länger zu leben, bieten wir – teils auch in Kooperation mit dem Betriebsrat – diverse Programme und Aktionen an, um auch die Gesundheit und das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter zu stärken.
- Dazu zählen die Beratung und Betreuung durch Arbeitsmediziner und Sicherheitsfachkräfte mit regelmäßigen Begehungen und Schulungen zur Ergonomie am Arbeitsplatz ebenso wie Schulungen zu Themen wie dem vorbeugenden Brandschutz, der Evakuierung des Gebäudes sowie dem richtigen Verhalten im Brandfall.
- Die laufende Überarbeitung und Erweiterung der Sicherheits- und Gesundheitsschutzdokumente sowie die regelmäßige Schulung der Sicherheitsvertrauenspersonen sind ebenso fixer Bestandteil unserer Tätigkeit wie die Sicherstellung qualitativ hochwertiger Arbeitsplätze für alle Mitarbeiter oder die Bereitstellung zusätzlicher Hilfsmittel, z. B. von Telefon-Headsets, Beleghaltern, Fußstützen etc.
- Unseren Mitarbeitern in Wien steht zudem die psychologische Telefon-Beratung KEEP BALANCE zur Verfügung.
- Im Rahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung erhalten Mitarbeiter der Zentrale durch UNIQA Vital-Coaches auch kostenlos Impulseinheiten wie Pilates,

Kickboxen und Selbstverteidigung mit Krav Maga. An drei Wochentagen werden weiters Massagen angeboten und vom Betriebsrat mit einem Kostenzuschuss gefördert.

Vereinbarkeit von Familie und Beruf

- Um mit unseren Kollegen auch während einer beruflichen Auszeit Kontakt zu halten, organisieren wir Karenztreffen, bei denen arbeitsrechtliche und unternehmensrelevante Informationen sowie die Möglichkeit zum Networking geboten werden.
- An den UNIQA Kindertagen werden Kinder durch Pädagogikexperten mit viel Kreativität, Spaß und Action betreut.
- Mit dem UNIQA Circuscamp in Drosendorf im Waldviertel bieten wir jährlich zwei Ferienwochen für Kinder von Mitarbeitern zu deutlich reduzierten Preisen an. 2019 haben 52 Mädchen und Buben dieses Angebot genutzt.

Diversity und Chancengleichheit

[GRI 405-1]

- Im Sinn der Chancengleichheit setzt UNIQA auf flexible Arbeitszeiten wie Gleitzeitmodelle, die insbesondere Mitarbeitern mit Familienverantwortung den Alltag erleichtern. Zudem fördern wir die Möglichkeit zur Telearbeit und bieten in Verwirklichung der neuen UNIQA Arbeitswelten seit 2018 in Österreich auch mobiles Arbeiten an.
- Mit 55,1 Prozent (2018: 53 Prozent) arbeiten in der UNIQA Group mehr Frauen als Männer (44,9 Prozent). Die Steigerung gegenüber dem Vorjahr resultiert aus der Erweiterung des Berichtskreises um die PremiQaMed Gruppe, bei der die Frauen einen sehr hohen Anteil an den Beschäftigten haben. Bei Vorstandsmitgliedern unter allen Versicherungsgesellschaften liegt der Anteil von Frauen gruppenweit bei 28,8 Prozent.
- UNIQA hat 2019 wieder mehrere Initiativen zur Förderung von Diversität gestartet, so etwa Awareness-Workshops zum Thema Frauenförderung im Management mit allen Vorständen in Österreich sowie erste Pilot-Awareness-Workshops zum Thema Generationenmanagement mit ausgewählten Führungskräften und

Teams. Mit dem neuen Veranstaltungsformat „Get ready“ bekamen Mitarbeiter von UNIQA eine Plattform, auf der sie über eine gleichberechtigte Zukunft diskutieren können. 2019 standen hier die Themen „Pensionslücke: Bedarf und Realität“ und „Frauen und Karriere bei UNIQA“ im Fokus. Insgesamt haben über 130 Kollegen an diesen Veranstaltungen teilgenommen.

- Einen neuen Diversitätsschwerpunkt haben wir 2019 auf Menschen mit Behinderung gelegt: Das UNIQA Headquarter war Gastgeber der branchenübergreifenden Veranstaltung myAbility Lounge und nahm zudem am myAbility-Awareness-Training, mit dem das Bewusstsein für Behinderung im Unternehmen geschärft wird, sowie am ZeroProject Gesundheitsdialog teil. Der Dialog zielt darauf ab, innovative Praxisbeispiele aus dem In- und Ausland und ihre Erfolgsfaktoren kennen zu lernen und zu erfahren, dass durch Ausbildung und Beschäftigung von Menschen mit Behinderung Vorteile für alle (Unternehmen, Mitarbeiter und Gesellschaft) möglich sind.
- Wir sind dabei, ein umfassendes Diversitätskonzept auszuarbeiten, das im ersten Halbjahr 2020 verabschiedet werden soll.
- Im Rahmen des Projekts Sindbad unterstützen wir Schüler aus der Neuen Mittelschule beim erfolgreichen Einstieg in die Ausbildung bzw. Lehre. Dabei werden junge Menschen in einem innovativen Eins-zu-eins-Mentoring-Programm von persönlichen Mentoren der UNIQA Zentrale auf dem Weg in die weitere Ausbildung begleitet.

Aus- und Weiterbildung [GRI 404-2]

- Begleitendes Lernen gehört bei UNIQA zum gelebten Alltag. Dazu steht allen Mitarbeitern im Außen- und Innendienst in allen unseren Märkten E-Learning zur Verfügung, seit 2018 auch via Smartphone. Mehr als 4.000 Mitarbeiter haben diese Lernform seit ihrer Einführung 2002 genutzt. Darüber hinaus arbeiten wir laufend an der Anpassung und Weiterentwicklung unseres internen Aus- und Weiterbildungsangebots.
- Seit Anfang Juni 2019 stehen allen Innendienstmitarbeitern in Österreich 67 Onlinetrainings von GoodHabit zu den Themen Kundenorientierung, Zeitmanagement, Teamwork etc. zur Verfügung.

fördern die Vernetzung über Ländergrenzen hinweg.

Leadership und Führung

- Mit einem flexiblen Programm geht UNIQA seit mehreren Jahren auch in der Führungskräfteausbildung neue Wege. Dieses basiert auf Freiwilligkeit, Selbstverantwortung und Flexibilität und bietet frei wähl- und kombinierbare Module.
 - Auch 2019 wurde das modular aufgebaute Führungskräfteprogramm NEXT AT – es richtet sich an alle österreichischen Führungskräfte – wieder erfreulich stark genutzt. Von September 2017 bis Juni 2019 fanden 42 Trainings mit insgesamt 547 Teilnehmern statt, die durchschnittliche Anzahl der Buchungen pro Führungskraft liegt bei 2,4 Trainings.
 - UNIQA Führungskräfte haben immer eine klare Mission vor Augen: „sich wie in einer Familie für unsere Kunden zu engagieren, damit sie ein Leben lang festen Boden unter den Füßen spüren und zuversichtlich ihr Leben gestalten können“. Dabei ist es unerlässlich, das Kerngeschäft von UNIQA – das Versicherungsgeschäft – möglichst gut zu kennen. Seit Mitte 2019 besucht daher jede neue Führungskraft in Österreich am Beginn ihrer Karriere den Vertrieb einer Landesdirektion vor Ort. Dieser Ausbildungsschritt dauert 2,5 Tage.
 - Ausgewählte Führungskräfte durften im Rahmen eines Pilotprojekts im Frühsommer 2019 – mit Blick auf ein potenzielles neues Führungskräfteprogramm – zudem an zwei neuen Workshops teilnehmen: „Sicher, länger, besser leben“ und „Agile Führungskompetenz“.
 - Im Frühjahr 2019 fand für eine ausgesuchte Gruppe von Führungskräften zudem der Workshop „Gesundes Führen“ statt.
- #### Onboarding für den Innendienst bei UNIQA
- Anfang 2019 haben wir aufgrund des neuen Veranstaltungsorts – des Wiener Start-up-Hubs weXelerate – den Namen unserer Onboarding-Veranstaltung auf FIT4UNIQA geändert.
 - Bei FIT4UNIQA legen wir den Fokus auf drei Themen: Networking mit anderen Mitarbeitern, Informationen rund um das „UNIQA Universum“ und Kennenlernen
- Die Umsetzung der Versicherungsvertriebsrichtlinie IDD (Insurance Distribution Directive) wird selbstverständlich auch auf der neuen UNIQA Lernplattform abgebildet. Der Rollout erfolgte bereits in allen Märkten von UNIQA International mit Ausnahme von Ungarn, Montenegro sowie Bosnien und Herzegowina.
- #### Talent Management
- Im Sinn einer strategischen Personalpolitik kennen wir unsere zukünftigen Schlüsselkräfte und signalisieren ihnen unsere hohe Wertschätzung, indem wir ihre Entwicklung fördern.
 - Im Juni 2019 absolvierte eine Gruppe von 80 Führungskräften ein einwöchiges Trainingsprogramm an der renommierten Harvard Business School in Boston. Dort erhielten die Teilnehmer anhand von Fallbeispielen und interaktiven Vorlesungen Einblick in die Erfolgskriterien und Fallstricke bei der Transformation von Unternehmen. Entwicklungsorientierte Assessments, Entwicklungspläne, Coachings und Peer-Group-Meetings komplettierten das Angebot. Ein besonderer Fokus lag bei alldem darauf, die Teilnehmer mit modernen, agilen Arbeitsweisen vertraut zu machen, um auch für UNIQA einen „New Way of Working“ zu definieren.
 - 2019 haben wir bei UNIQA International Management Reviews für die an den Vorstand berichtende Führungsebene durchgeführt, um Talente zu identifizieren und maßgeschneiderte individuelle Entwicklungspläne zu definieren. Durch die zentrale Steuerung und die einheitliche Gestaltung dieses Prozesses schaffen wir gleichzeitig ein gemeinsames Verständnis der erwünschten Leadership Skills.
 - Zudem fanden 2019 im UNIQA Headquarter vier Development Center mit 15 Teilnehmern statt. Ziele dieser Initiative sind die Potenzialermittlung anhand von unternehmens- und bereichsspezifischen Kriterien und die Festlegung konkreter Entwicklungsmaßnahmen. Die Teilnehmer sollen optimal auf die aktuellen bzw. künftigen Anforderungen der UNIQA Group vorbereitet sein.
 - Talente setzen wir in gruppenweiten Projekten ein und unterstützen sie so „on the Job“ in ihrer Entwicklung. Gleichzeitig besetzen wir auf diese Weise erfolgskritische Projekte mit vielversprechenden Mitarbeitern und

verschiedener interessanter Persönlichkeiten einschließlich unseres CEOs Andreas Brandstetter. Rund 250 Innendienstmitarbeiter aus ganz Österreich haben FIT4UNIQA 2019 besucht.

- Neu ist auch die Employee & Learning Journey auf der UNIQA Ausbildungsplattform, über die notwendige Trainings und Seminare eigenverantwortlich gebucht werden können.

KPI Mitarbeiter

KPI Mitarbeiter ¹⁾⁵⁾	International		UNIQA Holding		UNIQA Österreich		Österreich gesamt		UNIQA gesamt	
	2019 ²⁾	2018 ⁶⁾	2019 ³⁾	2018 ⁷⁾	2019 ⁴⁾	2018 ⁸⁾	2019	2018	2019	2018
Mitarbeiter gesamt [GRI 102-8]	6.915	6.827	680	671	6.275	4.370	6.955	5.041	13.870	11.868
Mitarbeiter nach Geschlecht [GRI 405-1]										
Frauen	4.298	4.275	264	259	3.087	1.702	3.351	1.961	7.649	6.236
Männer	2.617	2.552	416	412	3.188	2.668	3.604	3.080	6.221	5.632
Mitarbeiter Innendienst/Außendienst [GRI 405-1]										
Innendienst	4.466	4.388	679	667	4.298	2.453	4.977	3.120	9.443	7.508
Außendienst	2.449	2.439	1	4	1.977	1.917	1.978	1.921	4.427	4.360
Mitarbeiter Innendienst/Außendienst nach Geschlecht [GRI 405-1]										
Weibliche Mitarbeiter im Innendienst (Vertragsabwicklung)	2.792	2.770	264	259	2.721	1.366	2.985	1.625	5.777	4.395
Weibliche Mitarbeiter im Außendienst	1.506	1.505	0	0	366	336	366	336	1.872	1.841
Männliche Mitarbeiter im Innendienst (Vertragsabwicklung)	1.674	1.618	415	408	1.577	1.087	1.992	1.495	3.666	3.113
Männliche Mitarbeiter im Außendienst	943	934	1	4	1.611	1.581	1.612	1.585	2.555	2.519
Mitarbeiter nach Alter [GRI 405-1]										
Mitarbeiter < 30 Jahre	1.032	1.057	74	78	1.034	655	1.108	733	2.140	1.790
Mitarbeiter 30–50 Jahre	4.545	4.495	354	353	3.033	2.089	3.387	2.442	7.932	6.937
Mitarbeiter > 50 Jahre	1.338	1.275	252	240	2.208	1.626	2.460	1.866	3.798	3.141
Anteil Mitarbeiter < 30 Jahre	14,9%	15,5%	10,9%	11,6%	16,5%	15,0%	15,9%	14,5%	15,4%	15,1%
Anteil Mitarbeiter 30–50 Jahre	65,7%	65,8%	52,1%	52,6%	48,3%	47,8%	48,7%	48,4%	57,2%	58,5%
Anteil Mitarbeiter > 50 Jahre	19,3%	18,7%	37,1%	35,8%	35,2%	37,2%	35,4%	37,0%	27,4%	26,5%
Mitarbeiter nach Arbeitsverhältnis [GRI 102-8]										
Weibliche Mitarbeiter mit unbefristetem Arbeitsverhältnis	3.820	3.827	234	247	2.915	1.670	3.149	1.917	6.969	5.744
Männliche Mitarbeiter mit unbefristetem Arbeitsverhältnis	2.297	2.243	383	397	3.031	2.630	3.414	3.027	5.711	5.270
Gesamtzahl der Mitarbeiter mit unbefristetem Arbeitsverhältnis	6.117	6.070	617	644	5.946	4.300	6.563	4.944	12.680	11.014
Weibliche Mitarbeiter mit befristetem Arbeitsverhältnis	478	449	30	12	172	32	202	44	680	493
Männliche Mitarbeiter mit befristetem Arbeitsverhältnis	320	308	33	15	157	38	190	53	510	361
Gesamtzahl der Mitarbeiter mit befristetem Arbeitsverhältnis	798	757	63	27	329	70	392	97	1.190	854

MITARBEITER

KPI Mitarbeiter ¹⁾⁵⁾	International		UNIQA Holding		UNIQA Österreich		Österreich gesamt		UNIQA gesamt	
	2019 ²⁾	2018 ⁶⁾	2019 ³⁾	2018 ⁷⁾	2019 ⁴⁾	2018 ⁸⁾	2019	2018	2019	2018
	Mitarbeiter nach Voll-/Teilzeitanstellung [GRI 102-8]									
Weibliche Mitarbeiter mit Vollzeitanstellung	4.047	4.084	185	182	1.713	1.090	1.898	1.272	5.945	5.356
Männliche Mitarbeiter mit Vollzeitanstellung	2.530	2.472	387	389	2.979	2.588	3.366	2.977	5.896	5.449
Gesamtzahl der Mitarbeiter mit Vollzeitanstellung	6.577	6.556	572	571	4.692	3.678	5.264	4.249	11.841	10.805
Weibliche Mitarbeiter mit Teilzeitanstellung	251	193	79	77	1.374	612	1.453	689	1.704	882
Männliche Mitarbeiter mit Teilzeitanstellung	87	78	29	23	209	80	238	103	325	181
Gesamtzahl der Mitarbeiter mit Teilzeitanstellung	338	271	108	100	1.583	692	1.691	792	2.029	1.063

Managementpositionen nach Alter und Geschlecht [GRI 405-1]

Weibliche Mitglieder des Management-Boards < 30 Jahre	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Männliche Mitglieder des Management-Boards < 30 Jahre	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Weibliche Mitglieder des Management-Boards 30–50 Jahre	10	9	0	0	0	1	0	1	10	10
Männliche Mitglieder des Management-Boards 30–50 Jahre	19	20	2	3	1	1	3	4	22	24
Weibliche Mitglieder des Management-Boards > 50 Jahre	6	3	0	0	1	0	1	0	7	3
Männliche Mitglieder des Management-Boards > 50 Jahre	13	11	4	3	3	3	7	6	20	17
Anteil weiblicher Mitglieder des Management-Boards < 30 Jahre	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Anteil männlicher Mitglieder des Management-Boards < 30 Jahre	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Anteil weiblicher Mitglieder des Management-Boards 30–50 Jahre	20,8%	20,9%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%	9,1%	16,9%	18,5%
Anteil männlicher Mitglieder des Management-Boards 30–50 Jahre	39,6%	46,5%	33,3%	50,0%	20,0%	20,0%	27,3%	36,4%	37,3%	44,4%
Anteil weiblicher Mitglieder des Management-Boards > 50 Jahre	12,5%	7,0%	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%	9,1%	0,0%	11,9%	5,6%
Anteil männlicher Mitglieder des Management-Boards > 50 Jahre	27,1%	25,6%	66,7%	50,0%	60,0%	60,0%	63,6%	54,5%	33,9%	31,5%

MITARBEITER

KPI Mitarbeiter ¹⁾⁵⁾	International		UNIQA Holding		UNIQA Österreich		Österreich gesamt		UNIQA gesamt	
	2019 ²⁾	2018 ⁶⁾	2019 ³⁾	2018 ⁷⁾	2019 ⁴⁾	2018 ⁸⁾	2019	2018	2019	2018
	Managementpositionen (ohne Management-Board) nach Alter und Geschlecht [GRI 405-1]									
Weibliche Mitglieder des Managements < 30 Jahre	13	13	0	0	3	1	3	1	16	14
Männliche Mitglieder des Managements < 30 Jahre	7	3	0	1	5	3	5	4	12	7
Weibliche Mitglieder des Managements 30–50 Jahre	236	242	11	11	73	32	84	43	320	285
Männliche Mitglieder des Managements 30–50 Jahre	252	258	41	45	158	137	199	182	451	440
Weibliche Mitglieder des Managements > 50 Jahre	64	64	4	5	71	23	75	28	139	92
Männliche Mitglieder des Managements > 50 Jahre	79	65	28	27	144	104	172	131	251	196
Anteil weiblicher Mitglieder des Managements < 30 Jahre	2,0%	2,0%	0,0%	0,0%	0,7%	0,3%	0,6%	0,3%	1,3%	1,4%
Anteil männlicher Mitglieder des Managements < 30 Jahre	1,1%	0,5%	0,0%	1,1%	1,1%	1,0%	0,9%	1,0%	1,0%	0,7%
Anteil weiblicher Mitglieder des Managements 30–50 Jahre	36,3%	37,5%	13,1%	12,4%	16,1%	10,7%	15,6%	11,1%	26,9%	27,6%
Anteil männlicher Mitglieder des Managements 30–50 Jahre	38,7%	40,0%	48,8%	50,6%	34,8%	45,7%	37,0%	46,8%	37,9%	42,6%
Anteil weiblicher Mitglieder des Managements > 50 Jahre	9,8%	9,9%	4,8%	5,6%	15,6%	7,7%	13,9%	7,2%	11,7%	8,9%
Anteil männlicher Mitglieder des Managements > 50 Jahre	12,1%	10,1%	33,3%	30,3%	31,7%	34,7%	32,0%	33,7%	21,1%	19,0%

¹⁾ 2019: Die dargestellten Mitarbeiterkennzahlen beinhalten die Daten von folgenden Ländern: Österreich, Albanien, Bosnien und Herzegowina, Bulgarien, Kroatien, Kosovo, Liechtenstein, Montenegro, Nordmazedonien, Polen, Rumänien, Russland, Schweiz, Serbien, Slowakei, Tschechien, Ukraine, Ungarn. Der Stichtag für die berichteten Werte ist der 31. Dezember 2019.

²⁾ Albanien, Bosnien und Herzegowina, Bulgarien, Kroatien, Kosovo, Liechtenstein, Montenegro, Nordmazedonien, Polen, Rumänien, Russland, Schweiz, Serbien, Slowakei, Tschechien, Ukraine, Ungarn

³⁾ UNIQA Insurance Group AG

⁴⁾ UNIQA Österreich Versicherungen AG, Versicherungsmarkt-Servicegesellschaft m.b.H., Agentia Risiko- und Finanzierungsberatung Ges.m.b.H., Real Versicherungsvermittlung GmbH, UNIQA Real Estate Management GmbH, UNIQA Capital Markets GmbH, UNIQA IT Services GmbH, UNIQA HealthService GmbH, PremiQaMed Gruppe (Holding GmbH, Management Service GmbH, Privatkliniken GmbH, Ambulatorien GmbH)

⁵⁾ 2018: Die dargestellten Mitarbeiterkennzahlen (Headcounts) beinhalten die Daten von folgenden Ländern: Österreich, Albanien, Bosnien und Herzegowina, Bulgarien, Kosovo, Kroatien, Montenegro, Nordmazedonien, Polen, Rumänien, Russland, Serbien, Slowakei, Tschechien, Ukraine, Ungarn; nicht enthalten sind: Liechtenstein, Schweiz. Der Stichtag für die berichteten Werte ist der 31. Dezember 2018.

⁶⁾ Albanien, Bosnien und Herzegowina, Bulgarien, Kosovo, Kroatien, Montenegro, Nordmazedonien, Polen, Rumänien, Russland, Serbien, Slowakei, Tschechien, Ukraine, Ungarn; nicht enthalten sind: Liechtenstein, Schweiz

⁷⁾ UNIQA Insurance Group AG

⁸⁾ UNIQA Österreich Versicherungen AG, Versicherungsmarkt-Servicegesellschaft m.b.H., Agentia Risiko- und Finanzierungsberatung Ges.m.b.H., Real Versicherungsvermittlung GmbH, UNIQA Real Estate Management GmbH, UNIQA Capital Markets GmbH, UNIQA IT Services GmbH, UNIQA HealthService GmbH

Mitarbeiteraustritte ⁹⁾ [GRI 401-1]	UNIQA gesamt	
	2019	2018
Frauen < 30 Jahre	350	315
Frauen 30–50 Jahre	690	565
Frauen > 50 Jahre	239	140
Männer < 30 Jahre	208	222
Männer 30–50 Jahre	377	402
Männer > 50 Jahre	179	151
Fluktuationsrate Frauen	9,2%	8,6%
Fluktuationsrate Männer	5,5%	6,5%
Fluktuationsrate gesamt	14,7%	15,1%

⁹⁾ Mitarbeiter, die das Unternehmen verlassen (Headcounts; vom 1. Jänner bis 31. Dezember; alle Mitarbeiter, die austraten OHNE Antritt von: Mutterschutz, Karenz, Militär- und Zivildienst, Sabbatical, Bildungskarenz; ohne Leasing).

Mitarbeiterertritte ¹⁰⁾ [GRI 401-1]	UNIQA gesamt	
	2019	2018
Frauen < 30 Jahre	547	505
Frauen 30–50 Jahre	754	595
Frauen > 50 Jahre	91	49
Männer < 30 Jahre	387	359
Männer 30–50 Jahre	450	356
Männer > 50 Jahre	80	66
Quote der Neueintritte Frauen	10,0%	9,7%
Quote der Neueintritte Männer	6,6%	6,6%
Quote der Neueintritte gesamt	16,6%	16,3%

¹⁰⁾ Mitarbeiter, die in das Unternehmen eintreten (Headcounts; vom 1. Jänner bis 31. Dezember; alle Mitarbeiter, die eintraten OHNE Antritt von: Mutterschutz, Karenz, Militär- und Zivildienst, Sabbatical, Bildungskarenz; ohne Leasing).

Durchschnittliche Krankenstandstage [GRI 403-2] Tage/Mitarbeiter	UNIQA gesamt	
	2019	2018
Innendienst	10,02	9,23
Außendienst	7,33	7,33
Gesamt	9,16	8,53

Gesellschaft

Engagement für Gesundheit und Bildung

Nach unserer Überzeugung ist jedes erfolgreiche Unternehmen verpflichtet, der Gesellschaft einen Teil seines Erfolgs zurückzugeben. Als größter Gesundheitsversicherer Österreichs liegt der Schwerpunkt unseres gesellschaftlichen Engagements dabei in den Bereichen Gesundheit und Bildung und konzentriert sich hier vor allem auf die Förderung junger und benachteiligter Menschen. Damit tragen wir gleichzeitig zur Umsetzung von zwei der Sustainable Development Goals (SDG) der Vereinten Nationen bei, denen wir uns verpflichtet fühlen (SDG 3: Gesundheit und Wohlergehen, SDG 4: Hochwertige Bildung).

Managementansatz

Den Fokus legen wir in unseren gesellschaftlichen Initiativen auf das übergeordnete Thema Gesundheit, zu dem wir die Förderung von Bewegung, gesunder Ernährung und mentaler Stärke sowie die Themen Medienkompetenz und Integration zählen. Doch auch abseits der Förderung von Kindern und Jugendlichen setzt UNIQA vielfältige Akzente durch die Unterstützung von Initiativen im allgemeinen Interesse. Kunst- und Sportförderung bilden hier in allen Märkten wichtige Schwerpunkte. Unser Engagement reicht von langfristigen Sponsoring-Maßnahmen bis hin zur Unterstützung von Einzelprojekten, mit denen wir uns aufgrund unserer Unternehmenswerte identifizieren können.

Maßnahmen und Ergebnisse 2019

- 2019 hat die UNIQA Privatstiftung wieder rund 2,5 Millionen Euro für soziale Projekte zur Verfügung gestellt, die der Gesundheit der Versicherungsnehmer von UNIQA Österreich sowie der Allgemeinheit direkt oder indirekt zugutekommen. Im Folgenden stellen wir vier Projekte vor, die eng mit dem Tätigkeitsfeld von UNIQA, insbesondere im Bereich Gesundheit(sversicherung), verknüpft sind.
 - SIMPLY STRONG ist eine Bewegungsinitiative, die darauf abzielt, die Konzentrations- und Entspannungsfähigkeit von Kindern durch kurze Bewegungsübungen im Unterricht zu stärken. Der Schulverein SIMPLY STRONG e. V. bildet dazu Lehrer und Peer-Coaches an Schulen in ganz Österreich aus, die das Programm

sodann in den Unterricht einbauen. Ergänzt wurde diese Initiative 2019 durch eine Kooperation mit dem Gesundheitsprogramm UGOTCHI, in deren Rahmen mehr als 1.000 Schulen österreichweit zu mehr Bewegung in der Schule animiert wurden.

- Seit 2011 unterstützt die UNIQA Privatstiftung in Kooperation mit dem Österreichischen Behindertenrat und der TU Wien die Initiative UNIKATE. Hier arbeiten Schüler und Studierende in inklusiven Projektteams gemeinsam mit Menschen mit Behinderung an der Entwicklung alltagstauglicher technischer Lösungen. Im Berichtsjahr sind in monatelanger enger Zusammenarbeit von vier Schülerteams Prototypen für einen Sprachcomputer, eine flexible Smarthome-Lösung, ein sprachgesteuertes Schachgerät und eine PC-Steuerung für einen ALS-Patienten entstanden.
- Fortgesetzt wurde 2019 auch die Defi-Aktion der UNIQA Privatstiftung, diesmal mit dem Schwerpunkt auf Schulen: Insgesamt 44 Schulen bzw. Schulzentren in acht Bundesländern erhielten Defibrillatoren, im Lauf des Schuljahres 2019/20 finden nun in Zusammenarbeit mit dem Österreichischen Jugendrotkreuz 264 Schulungen zu diesem Thema statt. Sie sollen die Jugendlichen mit der Thematik konfrontieren und Handlungsbarrieren abbauen.
- Der ebenfalls von der UNIQA Privatstiftung unterstützte Health Hub Vienna ist eine Plattform für die Förderung von Start-ups im Gesundheitsbereich. Organisiert durch INiTS (Universitäres Gründerservice Wien GmbH) und unterstützt von mehreren Partnern aus dem Gesundheits-Ökosystem durchlaufen jährlich zwei „Batches“ internationaler Start-ups das Accelerator-Programm. 2019 wurden insgesamt 21 Start-ups ausgewählt, ihre Ideen weiterzuentwickeln. Der Bogen der Konzepte reichte von einer Cloud-betriebenen Management-Plattform zur Effizienzsteigerung von Arztpraxen bis hin zu einer 3D-Druck-Technologie für künstliche Kniegelenke.
- UNIQA beteiligt sich bereits seit mehreren Jahren an der Initiative KURIER Aid Austria (KAA), deren Lernhäuser sich an sozial schwache Kinder und Jugendliche aus bildungsfernem Umfeld richten. Rekrutiert werden die jungen Menschen, insbesondere auch Jugendliche mit Förderbedarf in Deutsch, aus Regelschulen. Zentrales Ziel der Initiative ist es, den Schülern selbstständiges und eigeninitiatives Lernen näherzubringen und ihnen

dadurch den Zugang zu Bildung zu erleichtern. Das für die Schüler unentgeltliche Angebot ist seit 2018 um zwei weitere Lernhäuser in Bruck an der Leitha und Mödling reicher.

- Der seit der Saison 2017/18 von uns geförderte UNIQA ÖFB Cup weist dank der Amateurreine speziell in den ersten Runden einen sehr starken regionalen Bezug auf, gewinnt durch die zentrale Vermarktung und zunehmend häufigere ORF-Live-Übertragungen aber auch österreichweit immer größere Bedeutung. Ausgebaut wurde hier 2019 die erfolgreiche Begleitkinderaktion aus dem Vorjahr: Als neuer Sponsor der österreichischen Fußball-Nationalmannschaft konnten wir uns das Recht sichern, die Einlaufkinder zu nominieren, und haben dies bei den fünf Heimspielen auch genutzt. Damit gewinnt unser Anliegen, als Krankenversicherer das Thema Bewegung und Sport in der Öffentlichkeit zu vertreten, verstärkt an Stoßkraft.
- Neben diesem nationalen Bewerb fördern wir eine Reihe weiterer Sportinitiativen und -veranstaltungen. Wichtige Beispiele dafür sind das Sponsoring für diverse österreichische Schülerligen und den First Vienna Football Club sowie unsere umfassende Unterstützung für Handball und den Skisport.
- Nachdem das in unserer Kampagne auftretende Baby Max 2018 an Leukämie erkrankt war, haben wir die Kampagne gestoppt und die verbleibende Sendezeit dem Österreichischen Roten Kreuz (ÖRK) für einen Stammzellen-Spendenauftrag zur Verfügung gestellt. Zudem übernahmen wir die Kosten für die ersten 10.000 aus dieser Aktion resultierenden Stammzellentypisierungen. Aufgrund des großen Erfolgs der Kampagne haben wir im Jahr 2019 weitere 5.000 Stammzellentypisierungen zur Verfügung gestellt.
- Im Jahr 2019 unterstützte UNIQA Ungarn die Special Olympics Hungary, die in Abu Dhabi und Dubai stattgefunden haben. Dem gesamten Special-Olympics-Hungary-Team wurde im Rahmen der Kooperation mit UNIQA Ungarn eine Vollkaskoversicherung zur Verfügung gestellt.
- UNIQA Rumänien sponsert laufend zwei große soziale Organisationen – Concordia România und Touched România. Beide Organisationen setzen sich für not-

leidende junge Menschen und Familien ein und stehen den Betroffenen auf ihrem Weg zur sozialen Inklusion zur Seite.

Umwelt und Ökologie

Energieeffizienz und Verringerung der Emissionen

Der Klimawandel ist längst Realität – und stellt damit auch die UNIQA Group vor die Herausforderung, ihrer Verantwortung als großes Unternehmen zu entsprechen. In dem Bestreben, unseren ökologischen Fußabdruck kontinuierlich zu verringern, setzen wir deshalb auf eine Steigerung der Energieeffizienz, die verstärkte Nutzung erneuerbarer Energien, eine Reduktion der CO₂-Emissionen, consequente Ressourcenschonung und die Förderung klimafreundlicher Mobilität. Damit entsprechen wir nicht zuletzt dem Sustainable Development Goal 13 (Maßnahmen zum Klimaschutz), einem der SDG der Vereinten Nationen, denen wir uns generell verpflichtet fühlen.

Managementansatz

Das für die Umweltbelange von UNIQA verantwortliche Team ist direkt dem COO unterstellt und in einen nationalen und einen internationalen Bereich gesplittet. Diese arbeiten übergreifend daran, verschiedenste Themen und Maßnahmen für die gesamte Gruppe umzusetzen. In Österreich haben wir bereits zahlreiche Aktivitäten im Bereich Umwelt und Energie gestartet. So achtet UNIQA nicht nur bei der Beschaffung aller Arten von Büromaterial oder Firmenautos auf eine sorgfältige Auswahl der Lieferanten, sondern auch beim Bezug von Strom und sonstiger Energie. Hier bevorzugen wir generell Anbieter, die auf erneuerbare Energien setzen. [\[GRI 102-9\]](#)

Als Mitglied der Raiffeisen Nachhaltigkeits-Initiative (RNI) versuchen wir zudem, nachhaltigkeitsrelevante Themen zu forcieren und auch zur Bewusstseinsbildung beizutragen. Ziel ist es hier, die vom Umweltbundesamt und der RNI erarbeitete Klimapolitik und Klimastrategie durch die Umsetzung entsprechender Maßnahmen voranzutreiben. Neben dem bei der UN-Klimakonferenz in Paris 2015 festgelegten Zwei-Grad-Ziel stehen auch die Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen im Fokus.

[\[GRI 102-12\]](#)

Maßnahmen und Ergebnisse 2019

Energiemonitoringsystem

- Um unsere Nachhaltigkeitsinitiativen und die dadurch erzielten Fortschritte transparent und auf vergleichbarer Basis darstellen zu können, haben wir 2017 die Ein-

führung eines Energiemonitoringsystems in Österreich gestartet und Mitte 2018 abgeschlossen. Als Plattform für Energiemanagement, Betriebseffizienz und Nachhaltigkeit umfasst das System z. B. eine automatische Zählerauslesung und Zählerdatenübertragung sowie die Überwachung der wichtigsten Leistungsindikatoren für Strom, Gas und Fernwärme.

- Im Jahr 2019 – der ersten vollen Betriebsperiode des Energiemonitoringsystems – konnten wir bereits zahlreiche Verbesserungen und Einsparungen realisieren:
 - Auswertung der Energiedaten von 96 Standorten (ServiceCenter, Landesdirektionen, UNIQA Tower) in allen neun Bundesländern und damit transparenter Zugriff auf über 600 Energiezähler.
 - Durch Erkenntnisse aus dem Energiemonitoringsystem konnte die Betriebsweise von Heizungen, Kältesystemen, Lüftungs- und Beleuchtungsanlagen österreichweit erheblich verbessert werden. In Summe haben wir, hochgerechnet auf ein Jahr, an 13 unserer Standorte bereits rund 381.830 kWh Strom, 150.000 kWh Fernwärme und 11.000 kWh Gas eingespart. Dies entspricht einer Treibhausgasreduktion um ca. 130 Tonnen CO₂-Äquivalent. Allein im UNIQA Tower konnten wir unseren jährlichen Stromverbrauch durch laufende Kontrolle und Anpassung der Lüftungsanlagen um rund 180.000 kWh Strom vermindern.
 - Wir haben bislang knapp 300 organisatorische Verbesserungsmaßnahmen an 28 UNIQA Standorten umgesetzt. Über das Energiemonitoringsystem wird der Erfolg dieser Maßnahmen nun laufend kontrolliert und dokumentiert. Die Bewertung der Einsparungen anhand realer Messdaten stellt dabei ein hohes Maß an Transparenz sicher.
 - Mit der Erweiterung des Energiemonitoringsystems haben wir 2019 den nächsten Schritt vollzogen. So wurden die Fernwärmezähler der Landesdirektionen Kärnten und Steiermark sowie acht Stromzähler des Standorts Wien Aspernbrückengasse in das System integriert.

Weitere Maßnahmen zur CO₂-Reduktion

- **Geothermie-Optimierung UNIQA Tower:** Durch Nachrüstung eines größeren Wärmetauschers sowie Änderungen im Niedertemperaturverteiler und im Wärmerückgewinnungskreislauf konnte das nutzbare Wärmepotenzial der Geothermie-Anlage seit 2018

erheblich gesteigert werden. Die positive Folge: Senkung des jährlichen Fernwärmebedarfs für den UNIQA Tower um weitere rund 800.000 kWh und Vermeidung von 160 Tonnen CO₂-Äquivalent p. a. Diese Maßnahme wurde 2019 vom Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus ausgezeichnet.

- **Tausch von Ölheizungen:** An unserem Standort in Klagenfurt haben wir einen Heizkessel gegen eine effiziente, umweltfreundliche Grundwasser-Wärmepumpe getauscht, die einen deutlich höheren Wirkungsgrad erreicht als herkömmliche Luft-Wasser-Wärmepumpen. Mit der Anfang 2019 in Betrieb gegangenen Anlage können im Vergleich zu dem alten Heizkessel pro Jahr etwa 17 Tonnen CO₂-Äquivalent eingespart werden.
- **Bildschirm-Abschaltung:** Über ein Software-Update haben wir 2019 dafür gesorgt, dass sich die österreichweit rund 5.900 Bildschirme unserer Laptops und PCs eine Minute nach Abmeldung – also im gesperrten Modus – automatisch ausschalten. Dadurch werden jährlich ca. 80.000 kWh Strom bzw. rund 20 Tonnen CO₂-Äquivalent eingespart.
- **100 Prozent Ökostrom:** Seit der 2018 durchgeführten Energieausschreibung akzeptieren wir für alle UNIQA Standorte nur mehr Angebote mit 100 Prozent Ökostrom.
- **Mobilität:** Das ambitionierte Ziel des UNIQA Fuhrparkmanagements ist es, den CO₂-Ausstoß der gesamten Firmenflotte – sie umfasst derzeit 169 Fahrzeuge – jedes Jahr um rund 3 Prozent zu senken. Während 2018 ein durchschnittlicher Wert von 106,9 Gramm CO₂ pro Kilometer gemessen wurde, lag dieser 2019 nur mehr bei 98,89 Gramm. In den kommenden Jahren wollen wir ihn durch den verstärkten Einsatz von Hybrid- und reinen Elektrofahrzeugen sogar auf unter 90 Gramm drücken. Seit dem Frühjahr 2019 sind z. B. neue Hyundai-IONIQ-Elektrofahrzeuge, die den neun Landesdirektionen zugeordnet sind, in ganz Österreich unterwegs und erhalten viel Zuspruch. Mit diesen Fahrzeugen haben wir einen wichtigen Schritt in Richtung Zukunft und Innovation gesetzt. Parallel dazu wollen wir in den nächsten Jahren an den unterschiedlichen UNIQA Standorten sukzessive auch Elektrotankstellen installieren, um auch zum Ausbau der Ladeinfrastruktur beizutragen.

- **E-Bikes:** Für Mitarbeiter unserer Zentrale stehen fünf E-Bikes und fünf E-Scooter für Dienstwege in Wien zur Verfügung.
- **Corporate Carbon Footprint:** Bereits zum dritten Mal stellen wir auf Basis der vorliegenden Umweltdaten für das Geschäftsjahr 2019 den Corporate Carbon Footprint (CCF) für die UNIQA Group dar. Dieser quantifiziert den Treibhausgas-Fußabdruck (THG-Fußabdruck) der Headquarter-Aktivitäten für die 15 im Berichtsumfang zum Thema Umwelt enthaltenen Länder und erfasst die unternehmensbedingten und relevanten Treibhausgasemissionen in CO₂-Äquivalenten. In den CCF werden alle Emissionen, die ein Unternehmen direkt oder indirekt verursacht, eingerechnet. Für Scope 3 wurden 2019 alle Konzernländer miteinbezogen und zusätzlich zu den Flugreisen der Mitarbeiter auch die Daten für Zugfahrten berücksichtigt. Die Datenqualität konnte so im Vergleich zum Vorjahr erfreulicherweise wieder verbessert werden. Insgesamt kam es im Jahr 2019 daher zu einem Anstieg der Emissionen von 1,1 Prozent auf 8.071 Tonnen CO₂-Äquivalent im Vergleich zum Vorjahr. Werden die Systemgrenzen gleich wie im Vorjahr gesetzt, ergibt sich bei einem Ausstoß von 7.850 Tonnen CO₂-Äquivalent eine leichte Emissionsreduktion von 1,7 Prozent. [GRI 305-1, 305-2, 305-3]
- **Ressourcenschonende Beleuchtung:** Seit Mitte 2019 stellen wir alle Standorte von UNIQA auf LED-Leuchten statt herkömmlicher Glühbirnen und Neonröhren um und möchten diesen Prozess bis 2021 abschließen. Die Standorte im Burgenland, in Kärnten und in Vorarlberg sind bereits zur Gänze umgestellt, ebenso einige Standorte in Wien und Niederösterreich. Bereits dadurch haben wir Einsparungen von mehr als 88 Tonnen CO₂-Äquivalent p. a. erzielt, insgesamt wird das Umrüstungsprojekt jährliche Einsparungen von 183 Tonnen CO₂-Äquivalent bringen.
- **Externes Audit:** Das gemäß Energieeffizienzgesetz (EEffG) 2015 verpflichtende externe Audit wird gemeinsam mit dem auditierenden Unternehmen rechtzeitig abgeschlossen und der Energiemonitoringstelle des Bundes vorgelegt. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse und Energieoptimierungspotenziale bewerten wir noch im laufenden Geschäftsjahr und setzen sie um.

Prioritäten und Herausforderungen für 2020

- Die Umrüstung auf LED-Leuchten an UNIQA Standorten wird weiter umgesetzt.
- Im Bereich der Mobilität arbeiten wir daran, die CO₂-Emissionen durch den verstärkten Einsatz von Hybrid- und Elektromodellen in Richtung 90 Gramm pro Kilometer zu senken.
- An mehreren Standorten sollen Elektrotankstellen errichtet werden.
- Weitere Fokussierung auf organisatorische Verbesserungsmaßnahmen, die aus Erkenntnissen aus dem Energiemonitoringsystem abgeleitet werden.
- Optimierung des Free-Cooling-Betriebs im UNIQA Tower zur Reduktion des Kühlstromverbrauchs.
- An einigen UNIQA Standorten planen wir die Installation von Photovoltaik-Anlagen.
- Die Aufzugsbeleuchtung im UNIQA Tower soll auf LED-Leuchten umgestellt werden.

KPI Umwelt und Ökologie

	2019	2018
--	------	------

Energieverbrauch gesamt [GRI 302-1]
Angaben in kWh

Heizenergie	9.813.723 ¹⁾	10.633.057 ³⁾
Strom	12.906.004 ¹⁾	12.874.884 ³⁾
Mobilität	18.880.517 ¹⁾	16.165.085 ³⁾
Energieverbrauch gesamt	41.600.244¹⁾	39.673.025³⁾

Energieverbrauch Bürogebäude [GRI 302-1]

Gesamtfläche in m ²	91.417 ¹⁾	89.097 ³⁾
Energieverbrauch in kWh/m ²	249 ¹⁾	264 ³⁾

Mobilität – gefahrene Kilometer [GRI 302-1]

Gefahrene Kilometer (Diesel)	14.226.303	13.654.732
Gefahrene Kilometer (Benzin)	9.425.317	5.948.466
Gefahrene Kilometer (Elektro)	246.856	115.479
Gefahrene Kilometer gesamt	23.898.476	19.718.677

Fuhrpark [GRI 302-1]
Angaben in g/km (Durchschnittswert)

CO ₂ -Emissionen des Fuhrparks	98,9	106,9
---	------	-------

Papierverbrauch [GRI 301-1]
Angaben in kg

Mit Umweltzeichen	162.396 ¹⁾	191.575 ³⁾
Ohne Umweltzeichen	52.008 ¹⁾	72.149 ³⁾
Gesamt	214.404¹⁾	263.724³⁾

Papierverbrauch pro Mitarbeiter [GRI 301-1]
Angaben in kg

Mit Umweltzeichen	32 ¹⁾	35 ³⁾
Ohne Umweltzeichen	10 ¹⁾	13 ³⁾
Gesamt	42¹⁾	48³⁾

UNIQA Corporate Carbon Footprint [GRI 305-1, 305-2, 305-3]
UNIQA CO₂-Emissionen, Angaben in t CO₂eq

Direkte Emissionen (Scope 1)	Heizung	62 ¹⁾	64 ³⁾
	Fahrzeuge	4.072 ¹⁾	3.707 ³⁾
Indirekte Emissionen – Energie (Scope 2)	Elektrizität	1.819 ¹⁾²⁾	2.184 ³⁾⁴⁾
	Fernwärme	1.495 ¹⁾	1.655 ³⁾
Indirekte Emissionen – Sonstige (Scope 3)	Flugreisen	558 ¹⁾	374 ⁵⁾
	Zugreisen	64 ¹⁾	
Gesamte CO₂-Emissionen		8.071¹⁾	7.984³⁾

¹⁾ Daten (ausgenommen Mobilität und Fuhrpark) beziehen sich nur auf die Werte der Headquarter der folgenden Länder: Österreich, Albanien, Bosnien und Herzegowina, Bulgarien, Kroatien, Liechtenstein, Montenegro, Polen, Rumänien, Russland, Serbien, Slowakei, Tschechien, Ukraine, Ungarn.

²⁾ Elektrizität: Diese Daten wurden anhand des Market-based Approach berechnet, mit Ausnahme von Polen und der Ukraine. Die Scope-2-Emissionen für Strom des Location-based Approach ergeben 4.005 t CO₂eq.

³⁾ Daten (ausgenommen Mobilität und Fuhrpark) beziehen sich nur auf die Werte der Headquarter der folgenden Länder: Österreich, Albanien, Bosnien und Herzegowina, Bulgarien, Kroatien, Liechtenstein, Montenegro, Polen, Rumänien, Serbien, Slowakei, Tschechien, Ukraine und Ungarn; nicht enthalten ist Russland.

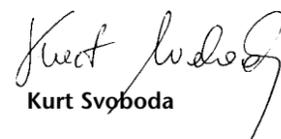
⁴⁾ Elektrizität: Diese Daten wurden anhand des Market-based Approach berechnet, mit Ausnahme von Albanien, Polen, Serbien und der Ukraine. Die Scope-2-Emissionen für Strom des Location-based Approach ergeben 4.360 t CO₂eq.

⁵⁾ Scope 3 Flugreisen: Österreich, Albanien, Bosnien und Herzegowina, Bulgarien, Kroatien, Montenegro, Polen, Rumänien, Serbien, Slowakei, Tschechien und Ungarn.

Wien, am 20. März 2020



Andreas Brandstetter



Kurt Svoboda



Erik Leyers

Code	Kurzbezeichnung zur jeweiligen Angabe	Anmerkungen und Auslassungen	Seite im NFI-Bericht
GRI 102: ALLGEMEINE ANGABEN 2016			
Organisationsprofil			
GRI 102-1	Name der Organisation		5, 46
GRI 102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen		5
GRI 102-3	Ort des Hauptsitzes		5, 46
GRI 102-4	Betriebsstätten		5
GRI 102-5	Eigentum und Rechtsform		5, 46
GRI 102-6	Bediente Märkte		5
GRI 102-7	Größenordnung der Organisation	Siehe Geschäftsbericht 2019, S. 1, 11, 18–25, 83	5
GRI 102-8	Informationen über Angestellte und andere Mitarbeiter	d) und e) trifft nicht zu	27, 28
GRI 102-9	Lieferkette		33
GRI 102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette		5
GRI 102-11	Vorsorgeprinzip oder Vorsichtsmaßnahmen		11
GRI 102-12	Externe Initiativen	respACT, Raiffeisen Nachhaltigkeits-Initiative (RNI) Sustainable Development Goals (SDG)	33
GRI 102-13	Mitgliedschaft in Verbänden	Verband der Versicherungsunternehmen Österreichs, Raiffeisenverband etc.	37
Strategie			
GRI 102-14	Aussagen der Führungskräfte		1
GRI 102-15	Wichtigste Auswirkungen, Risiken und Chancen		11, 15
Ethik und Integrität			
GRI 102-16	Werte, Richtlinien, Standards und Verhaltensnormen	www.uniqagroup.com/gruppe/versicherung/corporate-responsibility/compliance/code_of_conduct.html.de.html	1, 10, 13
Führung			
GRI 102-18	Führungsstruktur	Siehe Geschäftsbericht 2019, S. 42–53	5
Stakeholder-Einbeziehung			
GRI 102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen		6
GRI 102-41	Tarifverhandlungen	Bei den Kollektivvertragsverhandlungen in Österreich sind 100 Prozent erfasst. Bei den Tarifverhandlungen ist ebenfalls die Mehrheit der Arbeitnehmer im europäischen Ausland erfasst.	37

Code	Kurzbezeichnung zur jeweiligen Angabe	Anmerkungen und Auslassungen	Seite im NFI-Bericht
GRI 102: ALLGEMEINE ANGABEN 2016			
GRI 102-42	Bestimmen und Auswählen von Stakeholdern	Analyse der Stakeholder im CSR-Team in Abstimmung mit dem Vorstand	38
GRI 102-43	Ansatz für die Stakeholder-Einbeziehung	Insgesamt wurden ca. 7.500 Stakeholder befragt: siehe Grafik Stakeholder	7
GRI 102-44	Schlüsselthemen und Anliegen		7
Vorgehensweise bei der Berichterstattung			
GRI 102-45	Entitäten, die in den Konzernabschlüssen erwähnt werden	Siehe Geschäftsbericht 2019, S. 147–149	4
GRI 102-46	Bestimmung von Berichtsinhalts- und Themenabgrenzung	Siehe Wesentlichkeitsmatrix	7
GRI 102-47	Liste der wesentlichen Themen	Siehe Wesentlichkeitsmatrix	7
GRI 102-48	Neuformulierung der Informationen	Keine	38
GRI 102-49	Änderungen bei der Berichterstattung	Siehe Über diesen Bericht: Ergänzungen weiterer Länder	4, 8, 38
GRI 102-50	Berichtszeitraum	1. Jänner bis 31. Dezember 2019	4
GRI 102-51	Datum des aktuellsten Berichts	10. April 2019 Zweiter Nichtfinanzieller Bericht (NaDiVeG/GRI)	4
GRI 102-52	Berichtszyklus	Jährliche Berichterstattung	4
GRI 102-53	Kontaktangaben bei Fragen zum Bericht	Siehe Impressum	46
GRI 102-54	Aussagen zu Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	In Übereinstimmung GRI-Standards: Option Kern	4
GRI 102-55	GRI-Inhaltsindex		37–41
GRI 102-56	Externe Prüfung	Wurde von PwC auditiert	42–44
GRI 200: WIRTSCHAFT			
GRI 201: Wirtschaftliche Leistung 2016			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz	Siehe Geschäftsbericht 2019	
GRI 201-1	Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert	Siehe Geschäftsbericht 2019, S. 83–87, 138	5, 10
GRI 205: Korruptionsbekämpfung 2016			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz		
GRI 205-3	Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	1 Vorfall Aufgrund einer fokussierteren Berichterstattung wurde entschieden, nur noch den relevantesten Indikator zu GRI 205 zu berichten.	10, 38

Code	Kurzbezeichnung zur jeweiligen Angabe	Anmerkungen und Auslassungen	Seite im NFI-Bericht
GRI 206: Wettbewerbswidriges Verhalten 2016			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz		13
GRI 206-1	Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartell- und Monopolbildung	1 Verfahren	10, 39
GRI 300: UMWELT			
GRI 301: Materialien 2016			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz		33
GRI 301-1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	Es wird der Papierverbrauch berichtet	10, 36
GRI 302: Energie 2016			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz		33
GRI 302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	Quelle der Umrechnungsfaktoren: Umweltbundesamt	10, 36
GRI 305: Emissionen 2016			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz		33
GRI 305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	Quelle der Umrechnungsfaktoren – Ecoinvent, Umweltbundesamt (GEMIS), International Energy Agency: Daten werden auf Anfrage vom Unternehmen zur Verfügung gestellt	10, 34, 36
GRI 305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	Quelle der Umrechnungsfaktoren – Ecoinvent, Umweltbundesamt (GEMIS), International Energy Agency: Daten werden auf Anfrage vom Unternehmen zur Verfügung gestellt	10, 34, 36
GRI 305-3	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 3)	Quelle der Umrechnungsfaktoren – Ecoinvent, Umweltbundesamt (GEMIS), International Energy Agency: Daten werden auf Anfrage vom Unternehmen zur Verfügung gestellt	10, 34, 36
GRI 307: Umwelt-Compliance 2016			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz		33
GRI 307-1	Nichteinhaltung von Umweltgesetzen und -verordnungen	0 Vorfälle	10, 39
GRI 400: SOZIALES			
GRI 401: Beschäftigung 2016			
GRI 103-1–103-3	Managementansatz		23
GRI 401-1	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation		10, 30

GRI CONTENT INDEX

Code	Kurzbezeichnung zur jeweiligen Angabe	Anmerkungen und Auslassungen	Seite im NFI-Bericht
GRI 402: Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis 2016			
GRI 103-1-103-3	Managementansatz		23
GRI 402-1	Mindestmitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen	Gemäß österreichischem Gesetz ist der Betriebsrat umgehend zu informieren, sobald größere Umstrukturierungsmaßnahmen mit Auswirkungen auf das Personal erfolgen. In den Tochtergesellschaften gibt es ebenso Arbeitnehmer-Vertretungen, die ähnliche Rechte haben.	10, 40
GRI 403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 2016			
GRI 103-1-103-3	Managementansatz		23
GRI 403-2	Art und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Arbeitsausfalltage und Abwesenheit sowie Zahl der arbeitsbedingten Todesfälle	Darstellung nicht nach Geschlecht, sondern nach Innendienst und Außendienst; durchschnittliche Krankenstandstage pro Angestelltem: 9,2 Tage Zahl der arbeitsbedingten Todesfälle: 0 Fälle	10, 23, 30, 40
GRI 404: Aus- und Weiterbildung 2016			
GRI 103-1-103-3	Managementansatz		23
GRI 404-1	Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr pro Angestelltem	Darstellung nicht nach Geschlecht, sondern nach durchschnittlicher Anzahl der Aus- und Weiterbildungsstunden pro Angestelltem: 22,8 Stunden	10, 40
GRI 404-2	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe		10, 24
GRI 404-3	Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer Karriereentwicklung erhalten	100 Prozent	10, 23, 40
GRI 405: Vielfalt und Chancengleichheit 2016			
GRI 103-1-103-3	Managementansatz		23
GRI 405-1	Vielfalt in Leitungsorganen und der Angestellten		10, 24, 27-30
GRI 406: Gleichbehandlung 2016			
GRI 103-1-103-3	Managementansatz		13
GRI 406-1	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	6 Vorfälle	10, 13, 14, 40
GRI 417: Marketing und Kennzeichnung 2016			
GRI 103-1-103-3	Managementansatz		13
GRI 417-2	Verstöße im Zusammenhang mit den Produkt- und Dienstleistungsinformationen und der Kennzeichnung	6 Verstöße Aufgrund einer fokussierteren Berichterstattung wurde entschieden, nur noch den relevantesten Indikator zu GRI 417 zu berichten.	9, 10, 40

GRI CONTENT INDEX

Code	Kurzbezeichnung zur jeweiligen Angabe	Anmerkungen und Auslassungen	Seite im NFI-Bericht
GRI 418: Schutz der Kundendaten 2016			
GRI 103-1-103-3	Managementansatz		15
GRI 418-1	Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes oder den Verlust von Kundendaten	Aus Wettbewerbsgründen werden dazu keine Daten veröffentlicht	9, 10, 19, 41
GRI 419: Sozioökonomische Compliance 2016			
GRI 103-1-103-3	Managementansatz		13
GRI 419-1	Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich	9 Vorfälle	10, 41
KUNDENSPEZIFISCHE THEMEN			
GRI 103-1-103-3	Managementansatz		17
	Innovative Services und Produkte für neue soziale und ökologische Trends		17-22
	Klare Bewertung von Schäden bzw. Leistungen und schnelle Hilfe		17-22
	Finanzierung der Pension, Gesundheit und Pflege sowie gesetzliche und private Versicherung		17-22
	Regionaler Ansprechpartner		17-22
KRITISCHE INVESTITIONEN			
GRI 103-1-103-3	Managementansatz		16
	Förderung nachhaltiger Finanzanlagen und Vermeidung kritischer Veranlagungen		16

BERICHT ÜBER DIE UNABHÄNGIGE PRÜFUNG MIT BEGRENZTER SICHERHEIT DES ZUSAMMENGEFASSTEN NICHTFINANZIELLEN BERICHTS 2019

Wir haben die Prüfung mit begrenzter Sicherheit des zusammengefassten nichtfinanziellen Berichts 2019 der UNIQA Insurance Group AG, Wien, und ihrer Tochtergesellschaften (der „Konzern“) zum 31. Dezember 2019 durchgeführt.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Die ordnungsgemäße Aufstellung des zusammengefassten nichtfinanziellen Berichts in Übereinstimmung mit den Anforderungen gemäß §§ 243b und 267a UGB sowie GRI-Standards Option „Kern“ liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Dazu zählen auch die Ausgestaltung, Einrichtung und Erhaltung interner Kontrollen, die für die Erstellung des zusammengefassten nichtfinanziellen Berichts 2019 erforderlich sind, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist.

Verantwortung des Prüfers

Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage unserer Prüfungshandlungen und der von uns erlangten Nachweise eine zusammenfassende Beurteilung mit begrenzter Sicherheit abzugeben.

Wir haben unsere Prüfung unter Beachtung der österreichischen berufsüblichen Grundsätze zu sonstigen Prüfungen (KFS/PG 13) und zu ausgewählten Fragen bei der gesonderten Prüfung von nichtfinanziellen Erklärungen und nichtfinanziellen Berichten gemäß § 243b und § 267a UGB sowie von Nachhaltigkeitsberichten (KFS/PE 28) sowie der International Standards on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised) – Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information – durchgeführt. Danach haben wir unsere Berufspflichten einschließlich der Vorschriften zur Unabhängigkeit einzuhalten und den Auftrag unter Berücksichtigung des Grundsatzes der Wesentlichkeit so zu planen und durchzuführen, dass wir unsere zusammenfassende Beurteilung mit einer begrenzten Sicherheit abgeben können. Unsere Verantwortlichkeit und Haftung ist analog zu § 275 Abs 2 UGB gegenüber der Gesellschaft und auch gegenüber Dritten auf die für Abschlussprüfungen von kleinen und mittelgroßen Gesellschaften geltende Haftungshöchstgrenze von EUR 2 Mio. beschränkt.

Bei einer Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit weniger umfangreich, so dass dementsprechend eine geringere Sicherheit gewonnen wird.

Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Prüfers und umfasste insbesondere folgende Tätigkeiten:

- Kritische Würdigung der Wesentlichkeitsanalyse des Unternehmens unter Berücksichtigung der Anliegen externer Stakeholder durch Befragung der verantwortlichen Mitarbeiter und Einsichtnahme in relevante Dokumente
- Erlangung eines Überblicks über die verfolgten Konzepte einschließlich der angewandten Due Diligence-Prozesse sowie der Prozesse zur Sicherstellung der richtigen Darstellung im nichtfinanziellen Bericht durch die Durchführung von Interviews mit den Unternehmensverantwortlichen sowie die Durchsicht der internen Richtlinien, Verfahrensanweisungen und Managementsysteme im Zusammenhang mit nichtfinanziellen Belangen/Angaben
- Erlangung eines Verständnisses der Berichterstattungsprozesse durch Befragung von relevanten Mitarbeitern und Einsichtnahme in ausgewählte Dokumentationen
- Evaluierung der berichteten Angaben durch analytische Prüfungshandlungen hinsichtlich der nichtfinanziellen Leistungsindikatoren, Befragung von relevanten Mitarbeitern und Einsichtnahme in ausgewählte Dokumentationen
- Überprüfung des zusammengefassten nichtfinanziellen Berichts hinsichtlich seiner Vollständigkeit gemäß den Anforderungen von §§ 243b und 267a UGB sowie GRI Standards Option „Kern“
- Soweit aufgrund der Risikobeurteilung und der Ereignisse von analytischen Prüfungshandlungen erforderlich, zusätzliche Prüfungshandlungen vor Ort
- Beurteilung der Gesamtdarstellung der Angaben und nichtfinanziellen Informationen

Nicht Gegenstand unseres Auftrages ist

- die Prüfung der Prozesse und der internen Kontrollen insbesondere hinsichtlich Ausgestaltung, Einrichtung und Wirksamkeit
- die Durchführung von Prüfungshandlungen an einzelnen Standorten sowie von Messungen bzw. eigenen Beurteilungen zur Prüfung der Verlässlichkeit und Richtigkeit der erhaltenen Daten
- die Prüfung der Vorjahreszahlen, zukunftsbezogener Angaben oder Daten aus externen Studien
- die Prüfung der korrekten Übernahme der Daten und Verweise aus dem Jahres- bzw. Konzernabschluss in die nichtfinanzielle Berichterstattung und
- die Prüfung von Informationen und Angaben auf der Homepage oder weiteren Verweisen im Internet

Gegenstand unseres Auftrages ist weder eine Abschlussprüfung noch eine prüferische Durchsicht von Abschlüssen. Ebenso ist weder die Aufdeckung und Aufklärung strafrechtlicher Tatbestände, wie z.B. von Unterschlagungen oder sonstigen Untreuehandlungen und Ordnungswidrigkeiten, noch die Beurteilung der Effektivität und Wirtschaftlichkeit der Geschäftsführung Gegenstand unseres Auftrages.

Zusammenfassende Beurteilung

Auf der Grundlage unserer Prüfungshandlungen und der von uns erlangten Nachweise sind uns keine Sachverhalte bekanntgeworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass der zusammengefasste nichtfinanzielle Bericht 2019 in wesentlichen Belangen nicht mit den Anforderungen gemäß §§ 243b und 267a UGB sowie GRI-Standards Option „Kern“ übereinstimmt.

Wien, den 20. März 2020

PwC Wirtschaftsprüfung GmbH

gez.:

Werner Stockreiter
Wirtschaftsprüfer

Impressum [GRI 102-1, 102-3, 102-5, 102-53]

Herausgeber

UNIQA Insurance Group AG
Andreas Rauter, Head of Sustainability,
Ethics & Public Affairs
Untere Donaustraße 21
1029 Wien
Tel.: (+43) 01 21175-3320
E-mail: csr@uniqa.at
FN: 92933t

CSR-Team UNIQA

Andreas Rauter (Gesamtleitung),
Evelyn Magerl-Chriester (Projektleitung),
Sarah Hernler

Kreativkonzept und Design

Andrea Kompauer

Inhaltliche und strukturelle Beratung

denkstatt GmbH, www.denkstatt.eu

Redaktionelle Unterstützung und Koordination

be.public Corporate & Financial Communications GmbH,
www.bepublic.at

Übersetzung

ASI GmbH, www.asint.at

Papier

Umschlag: Desistar 100g/m²

Kern: Desistar 80g/m²

Druck

Print Alliance HAV Produktions GmbH,
Druckhausstraße 1, 2540 Bad Vöslau

Dieser Bericht erscheint in deutscher und englischer Sprache. Maßgeblich ist in Zweifelsfällen die deutsche Version.