

## **Halbjahresberichterstattung 2004**

*Schlüsselsätze von James J. Schiro*

*Chief Executive Officer*

*19. August 2004*

Ich freue mich, dass sich unsere Erholung mit dem sechsten profitablen Quartal in Folge fortsetzt. Das ist zurückzuführen auf solides Underwriting, finanzielle Disziplin und unsere klare Fokussierung auf das Versicherungsgeschäft.

Wir treten nun in die zweite Erholungsphase der Zürich ein. Wir können auf eine neue Leistungskultur bauen und verpflichten uns, für unsere Aktionäre einen Mehrwert zu schaffen und unsere Bilanz zu stärken.

Gestützt auf die konstant soliden Resultate werden wir auch weiterhin aus einer Position der wieder gewonnenen Finanzkraft agieren.

Auch in Zukunft wollen wir im Underwriting über den Versicherungszyklus hinweg rentabel bleiben. Wir haben uns selektiv aus Märkten zurückgezogen, in denen die Preise unsere Ertragsvorgaben und unser Ziel, einen Underwriting-Ertrag zu erzielen, nicht mehr zu stützen vermochten.

Die Zürich hat sich so positioniert, um aufgrund ihrer globalen Leistungsfähigkeit auch in Zukunft von ihrem ausgewogenen Portfolio in attraktiven Märkten profitieren zu können.

Die Massnahmen, die wir zur Verbesserung der Leistung im Lebensversicherungsgeschäft ergriffen haben, zeitigen erste Resultate. Aber es bleibt noch mehr zu tun, damit auch dieser Geschäftsbereich das gruppeninterne Ertragsziel erreicht.

Während wir in den meisten Geschäftsbereichen weiter gute Preise sehen, haben sich die Prämien erhöhungen verlangsamt und bei einstelligen Werten eingependelt. Wir sind nicht bereit, Marktanteile zu verteidigen, indem wir Preise unter ein technisch vernünftiges Niveau jagen. Im Gegenteil, im besten Interesse unserer Kunden und Aktionäre streben wir beständig nach rentablem Wachstum.

Wir sind zuversichtlich in Bezug auf unsere langfristigen Wachstumsmöglichkeiten. Das Wachstum wird aus unserer klaren Konzentration auf die gewählten Geschäftsbereiche Lebens- und Schadenversicherung resultieren. Auf diese Bereiche werden wir unsere Wettbewerbsvorteile anwenden: globale Präsenz, einzigartige Erfahrung im Vertrieb und im Management der Kundenbeziehungen.

Unser Gesamtergebnis hängt auch davon ab, dass wir nach dem Erfolg des letztjährigen Programms zur Stärkung der Ertragskraft weitere Produktivitätssteigerungen mobilisieren können. Die Transformation unserer Kultur zur Steigerung der nachhaltigen Profitabilität wird breit abgestützt.