

Geschäftsentwicklung 2012

Wir leben unsere Strategie



Über Zurich

Zurich ist ein führender Mehrspartenversicherer mit einem globalen Netzwerk von Tochtergesellschaften und Filialen. Rund 60'000 Mitarbeitende bieten eine umfassende Palette von Schaden- und Lebensversicherungsprodukten und -dienstleistungen für Privatkunden, kleine, mittlere und grosse Unternehmen einschliesslich multinationaler Konzerne in mehr als 170 Ländern an.

Titelbild

Strassenszene in São Paulo, Brasilien, wo Zurich hilft, die Nachfrage einer wachsenden Mittelschicht und eines aufstrebenden Unternehmenssektors nach Versicherungen zu befriedigen.



Weitere Informationen über Zurich finden Sie auf:

 www.zurich.com

Wir leben unsere Strategie

Wir bei Zurich sind bestrebt, der weltweit beste Versicherer zu werden – aus Sicht unserer Kunden, Mitarbeitenden und Aktionäre sowie gemessen an unserem Beitrag zur Gesellschaft, in der wir leben und arbeiten.

Zurich hat eine klare Strategie, die uns auf diesem Weg leiten wird. Der diesjährige Bericht über die Geschäftsentwicklung gibt einen Überblick über die Strategie sowie über den Fortschritt, den wir bei ihrer Umsetzung erzielt haben.

Inhalt

Fragen an CEO Martin Senn	2
Zurich auf einen Blick	6
Wir leben unsere Strategie	
Ausrichtung auf die Kunden	8
Ausrichtung auf die Mitarbeitenden	12
Ausrichtung auf die Aktionäre	16
Ausrichtung auf die Gemeinschaft	20
Unsere Leistung im Überblick	24
Weitere Informationen	28

Interview mit dem Chief Executive Officer

Martin Senn, Chief Executive Officer von Zurich Insurance Group, spricht über Ergebnisse und Strategie von Zurich sowie über unsere Verpflichtung gegenüber unseren Interessengruppen.



CEO Martin Senn spricht mit Mitarbeitenden bei einem Meeting 2012 in Schaumburg, Illinois, USA.

Martin Senn, wie beurteilen Sie die Leistung von Zurich im Jahr 2012?

Ich freue mich sehr, dass wir trotz des schwierigen Umfelds gute Ergebnisse erzielt haben. Unsere Ergebnisse zeigen eine starke zugrunde liegende Performance. Des Weiteren haben wir ausgezeichnete Fortschritte in allen unseren Kernsegmenten erzielt. Der Verwaltungsrat hat eine Dividende von CHF 17.00 vorgeschlagen. Dies widerspiegelt unser Vertrauen in unsere Geschäftsstrategie, sowie die gute Kapitalbasis des Unternehmens und seine Fähigkeit, liquiditätswirksamen Ertrag zu generieren.

Der Betriebsgewinn (Business Operating Profit) für das Jahr lag bei USD 4,1 Mrd., was einem Rückgang von 4% gegenüber dem Vorjahr entspricht. Unsere Ergebnisse wurden durch die Probleme, die 2012 in unserem Segment Schadenversicherung in Deutschland aufgetreten sind, das schwierige Wirtschaftsumfeld und wetterbedingte Ereignisse wie der Sturm Sandy, der im Oktober 2012 auf die Ostküste der USA traf, beeinträchtigt.

Wir haben die zugrunde liegende Rentabilität verbessert, wir erzielten in den von uns gewünschten Bereichen Wachstum und unser Unternehmen bleibt gut kapitalisiert. Wir freuen uns sehr über die solide Leistung in einigen gesättigten Märkten, besonders in den USA, wo wir auf eine 100-jährige Geschäftstätigkeit zurückblicken können. Besonders erfreulich ist der Fortschritt, den wir in Zielmärkten mit hohem Wachstumspotenzial in Lateinamerika und der Region Asien-Pazifik erzielt haben.

Wir haben Massnahmen zur Bekämpfung der in Deutschland aufgetretenen Probleme in die Wege geleitet. Zudem wurde eine weitere Erhöhung unserer Rückstellungen für noch nicht abgewickelte Versicherungsfälle erforderlich. Zurich lieferte weiterhin eine nachhaltige und attraktive Rendite für die Aktionäre. Wir konzentrieren uns auch in Zukunft auf die Verbesserung der zugrunde liegenden Performance in diesem schwierigen Umfeld.

Ich möchte mich besonders bei unseren Mitarbeitenden bedanken, ohne deren Einsatz und Engagement diese guten Ergebnisse nicht möglich gewesen wären.

Welche Fortschritte hat Zurich in Bezug auf ihre strategischen Ziele 2013 erreicht?

Wie angekündigt, haben wir unser Geschäft diversifiziert. Unsere strategischen Übernahmen in Lateinamerika und in der Region Asien-Pazifik leisten jetzt einen erheblichen Beitrag zu unseren Ergebnissen. Zudem wurden in allen unseren Kernsegmenten gute Fortschritte bei den im Jahr 2010 festgelegten Zielen erreicht.

Dank des disziplinierten Ansatzes in den Bereichen Preisgestaltung und Underwriting erzielte das Segment Schadenversicherung (General Insurance) Prämiensatzsteigerungen von durchschnittlich 4% und der zugrunde liegende Schadensatz verbesserte sich um 2,9 Prozentpunkte auf 61,4%. Durch die Konzentration auf selektives profitables Wachstum im Segment Schadenversicherung konnte eine Zunahme der Bruttoprämien und Policengebühren von



Wir haben die zugrunde liegende Rentabilität verbessert, wir erzielten in den von uns gewünschten Bereichen Wachstum und unser Unternehmen bleibt gut kapitalisiert.»

CHF 17.00

Vorgeschlagene Dividende
(31. Dezember 2012)

7%, bereinigt um Währungseinflüsse, auf USD 35,6 Mrd. verzeichnet werden.

Im Segment Lebensversicherung (Global Life) stieg der Wert des Neugeschäfts nach Steuern – einschliesslich der Beiträge von Zurich Santander und Zurich Insurance Malaysia Berhad (ZIMB) – im Jahr 2012 auf USD 1,1 Mrd. Dies entspricht einem Anstieg von 16%, bereinigt um Währungseinflüsse. Diese beiden jüngsten Akquisitionen trugen USD 195 Mio. zum Gesamtergebnis bei. Aktuell befindet sich das Segment im Vergleich mit ausgewählten Mitbewerbern in Bezug auf den Neugeschäftswert an vierter Stelle, während es 2010 noch an siebter Stelle lag.

Die Managementgebühren und damit verbundenen Erträge bei Farmers Management Services stiegen um 3% auf USD 2,8 Mrd. und der Betriebsgewinn erhöhte sich um 5% auf USD 1,4 Mrd. Dies ist in erster Linie auf eine Zunahme der verdienten Bruttoprämien um 3% bei den Farmers Exchanges¹ zurückzuführen.

Dies alles zeigt unsere Fortschritte, die Ziele für 2013 zu erreichen.

In diesem Jahr präsentiert Zurich ihre Gruppenstrategie² in anderer Form. Warum haben Sie diese Änderung vorgenommen?

Ich möchte betonen, dass sich unsere Strategie nicht geändert hat. Wir präsentieren sie nur in anderer Form, sodass sie für alle leichter zu verstehen ist.

¹ Farmers Group, Inc., eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der Zurich Gruppe, erbringt Managementdienstleistungen für die Farmers Exchanges, ohne diese jedoch zu besitzen.

² Siehe Seite 7

Interview mit dem Chief Executive Officer

Wir haben einen gemeinsamen strategischen Rahmen erarbeitet, der insbesondere für unsere Mitarbeitenden, die für die Umsetzung der Strategie verantwortlich sind, leicht zu erklären und umzusetzen ist. Dieser Rahmen beruht auf drei einfachen Konzepten: «Wer wir sind, was wir tun und wie wir es tun.»

Was ist das «Zurich Commitment»¹ und warum ist es Ihrer Meinung nach wichtig?

Das «Zurich Commitment» dient als Leitlinie für alle Mitarbeitenden von Zurich. Es ist ein Ausdruck dessen, was wir jeden Tag zusammen leisten wollen, um das Vertrauen unserer Interessengruppen zu gewinnen und zu behalten. Es wurde Anfang des Jahres eingeführt und nun arbeiten wir daran, es vollständig in unsere Geschäftspraxis zu integrieren. Es ist ein langer Weg, denn es bleibt immer noch etwas zu tun, um der beste Versicherer aus Sicht unserer Interessengruppen zu werden.

Es geht uns jedoch auch um nachhaltige Wertschöpfung, einen unserer zentralen Werte, die in den Zurich Basics, unserem Verhaltenskodex, aufgeführt sind. Wir wollen nachhaltig Werte schaffen, für unsere Kunden, unsere Mitarbeitenden, unsere Aktionäre und die Gesellschaft. Durch unser Kerngeschäft der Versicherung leisten wir einen Beitrag zur Gesellschaft, wir möchten jedoch noch einen Schritt weiter gehen. Deshalb ist Corporate Responsibility ein integraler Bestandteil unserer Geschäftsstrategie.



Wir sind ein robustes Unternehmen, das in diesem schwierigen Umfeld gut für den Erfolg positioniert ist.»

Was bedeutet Corporate Responsibility für Zurich?

Nachhaltige Werte für unsere Interessengruppen zu schaffen, indem wir uns verschiedener relevanter sozialer, Umwelt- und Governance-Fragen annehmen. Wir konzentrieren uns dabei auf Bereiche, die mit unserem Kerngeschäft verbunden sind, sodass wir unser Fachwissen und unsere Fähigkeiten als globaler Versicherer nutzen können.

Hierzu gehören die Verstärkung der Widerstandsfähigkeit von Gemeinwesen gegen Überschwemmungen, verantwortungsvolle Investitionen und die Zusammenarbeit mit unseren Kunden, damit diese ihre Risiken im Bereich Corporate Responsibility besser verstehen und handhaben können. Wir unterstützen die Gesellschaft sowohl lokal als auch über die Z Zurich Foundation.² Corporate Responsibility bei Zurich beinhaltet auch das Umwelt-, Gesundheits- und Sicherheitsmanagement in unseren Bürogebäuden, Vielfalt und Einbeziehung unserer Mitarbeitenden und ein verantwortungsvolles Management der Lieferkette.

Widerstandsfähigkeit gegen Überschwemmungen² ist ein wesentlicher Schwerpunkt für uns, da Überschwemmungen mehr Menschen betreffen als jede andere Art von Naturkatastrophen und wir als Versicherer wissen, wie sehr sie das Leben der Menschen beeinträchtigen und wie viel Schaden sie verursachen können. Wir sind der Ansicht, dass bislang zu wenig Wert darauf gelegt wurde, Gemeinschaften

gegenüber Überschwemmungen widerstandsfähiger zu machen.

Unsere Partnerschaft mit der Internationalen Föderation der Rotkreuz- und Rothalbmondgesellschaften (IFRC) erlaubt es uns, mit unserem Fachwissen im Versicherungsbereich und Risikomanagement sowie mit Investitionskapital einen Beitrag zu leisten. Wir glauben, dass wir so noch mehr für die Gemeinschaften rund um den Globus bewirken können, die von Überschwemmungen bedroht sind.

Leistet die Versicherungsbranche auch im grösseren Rahmen einen Beitrag zu Wirtschaft und Gesellschaft?

Versicherungen bieten Schutz vor Risiken und investieren Kapital. Versicherungen ermöglichen es Familien, Unternehmen, Gemeinschaften und Ländern, zu wachsen, in dem Bewusstsein, dass sie vor den Risiken, die das Leben, das Wetter oder die Wirtschaft mit sich bringen, geschützt sind. Weniger offensichtlich ist vielleicht, dass Versicherer die Prämien und sonstigen Erträge, die sie erhalten, in Unternehmensanteile, Staats- und Unternehmensanleihen, Immobilien und sonstige Vermögenswerte investieren. Hierbei handelt es sich um stabile, langfristige Investitionen. Diese tragen unter anderem zur Finanzierung von wachsenden Unternehmen und Infrastrukturprojekten sowie von Gesundheitsvorsorge und Bildung bei. Das ist der unsichtbare Beitrag, den Versicherer für Wirtschaft und Gesellschaft leisten.

¹ Siehe Seite 5

² Siehe Seite 20–23

Wir leben in einer Zeit grosser Herausforderungen für alle Versicherungsunternehmen. Wie gut ist Zurich auf die kommenden Jahre vorbereitet?

Wir sind ein robustes Unternehmen, das in diesem schwierigen Umfeld gut für den Erfolg positioniert ist. Wir konzentrieren uns auf den Versicherungsbereich und verfügen über eine klare Strategie, die sich in diesen schweren Zeiten bewährt hat. Zurich ist ein ertragsstarkes Unternehmen, das in der gesamten Wirtschaftskrise gute Leistungen erzielt hat. Wir verfügen über eine starke Bilanz und eine disziplinierte Anlagephilosophie. Wir wissen, dass wir uns engagieren und das Vertrauen unserer Interessengruppen rechtfertigen müssen, um unsere geschäftlichen Ziele zu erreichen.



Martin Senn spricht jedes Quartal in den CEO Fokusvideos über die Leistung von Zurich. Diese stehen am Tag der Veröffentlichung unserer Ergebnisse auf der Webseite www.zurich.com zur Verfügung.

 www.zurich.com

«Zurich Commitment» – Unsere Verpflichtung

Wir setzen uns für unsere Kunden ein. Unsere Kunden – alle Menschen, Familien, Unternehmen und Organisationen – leben jeden Tag mit Risiken. Wir müssen ihr Vertrauen gewinnen. Dabei sind wir auf die Unterstützung von Agenten, Maklern und anderen Personen angewiesen, die uns bei der Betreuung unserer Kunden zur Seite stehen. Wir bieten unseren Kunden das Wissen, die Produkte und Dienstleistungen an, die es ihnen ermöglichen, ihre Risiken zu verstehen und sich vor diesen zu schützen. Als «One Zurich» arbeiten wir zusammen, um die Erwartungen unserer Kunden nicht nur zu erfüllen, sondern zu übertreffen. Brauchen uns unsere Kunden, stehen wir ihnen mit unserer Kompetenz und finanzieller Stärke zur Seite – wir erfüllen unser Versprechen.

Wir setzen uns für unsere Mitarbeitenden ein. Unsere Mitarbeitenden – Frauen und Männer unterschiedlicher Herkunft – möchten gemeinsam Zurich zum besten globalen Versicherungsunternehmen machen. Wir schätzen ihre Leistungsbereitschaft und ihre persönliche Integrität. Diese sind die Grundlage unserer Stärke. Wir fördern ihre Fähigkeiten und Kompetenzen, damit jeder Einzelne sein individuelles Potential ausschöpfen kann. Wir feiern Erfolge und lernen aus unseren Fehlern. Wir sind unseren gemeinsamen Werten verpflichtet und fordern diese gegenseitig ein.

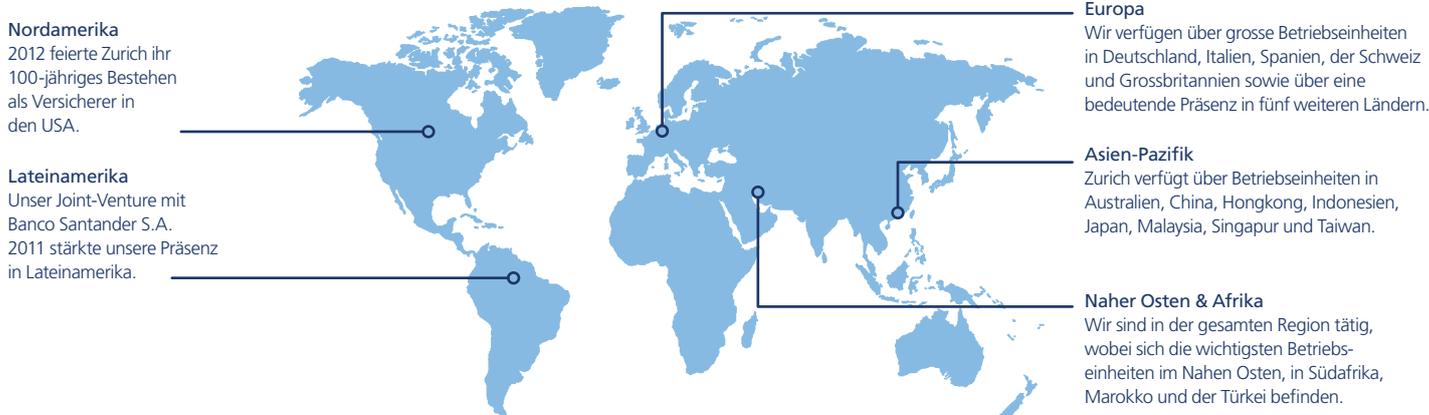
Wir setzen uns für unsere Aktionäre ein. Unsere Aktionäre – private und institutionelle Anleger – geben uns die finanzielle Stärke, die hinter unserem Versprechen steht. Wir verpflichten uns, ihnen eine angemessene, zuverlässige und nachhaltige Kapitalrendite zu erwirtschaften. Wir erreichen dies durch einen klaren Fokus auf unser Kerngeschäft Versicherungen, eine kompromisslose Finanz- und Portfoliodisziplin sowie Investitionen in unsere Zukunft.

Wir setzen uns für die Gemeinschaft ein. Wir sind der Gemeinschaft verpflichtet, in welcher unsere Kunden, unsere Mitarbeitenden und unsere Aktionäre leben und arbeiten. Wir sind stolz auf den Beitrag, den Zurich durch ihr Versicherungsgeschäft für diese Gemeinschaft leistet. Darüber hinaus bringen wir uns mit unseren Mitarbeitenden, unserer Zeit und unseren Ressourcen in die Gemeinschaft ein.

Zurich Insurance Group

Zurich auf einen Blick

Wir verfolgen einen globalen Ansatz in Bezug auf unsere Ressourcen und Fähigkeiten. Wir verfügen über die nötige Flexibilität und Geschwindigkeit, um unser Produktangebot und unsere geografische Ausrichtung an die sich verändernden Marktbedingungen anzupassen. Durch globale Prozesse und Systeme können wir unsere Stärken bestmöglich nutzen.



Unsere Geschäftssegmente

General Insurance	Global Life	Farmers
<p>Geschäftstätigkeit: Produkte und Dienstleistungen im Bereich Sach- und Unfallversicherung</p> <p>Marktsegmente: Privatkunden, kleine und mittelständische Unternehmen sowie Grosskunden</p> <p>Vertriebskanäle: Vertreter, Banken, Makler, Direkt</p> <p>Geografische Ausrichtung: global</p>	<p>Geschäftstätigkeit: Lebensversicherungen, Kapitalanlagen, Spar- und Vorsorgelösungen</p> <p>Marktsegmente: Privatkunden, kleine und mittelständische Unternehmen sowie Grosskunden</p> <p>Vertriebskanäle: Vertreter, Banken, Makler, Vorsorgeberater, Direkt</p> <p>Geografische Ausrichtung: global</p>	<p>Geschäftstätigkeit: Managementdienstleistungen in Bezug auf Sach- und Unfallversicherung</p> <p>Marktsegmente der Farmers Exchanges¹: Privatkunden, kleine und mittelständische Unternehmen</p> <p>Vertriebskanäle der Farmers Exchanges¹: Vertreter, Direkt</p> <p>Geografische Ausrichtung: Vereinigte Staaten</p>
<p>USD 2'097 Mio. Betriebsgewinn (Business Operating Profit)</p> <p>USD 35'610 Mio. Bruttoprämien und Policengebühren</p>	<p>USD 1'338 Mio. Betriebsgewinn (Business Operating Profit)</p> <p>USD 30'259 Mio. Bruttoprämien, Policengebühren und Beiträge mit Anlagecharakter</p>	<p>USD 1'414 Mio. Betriebsgewinn (Business Operating Profit)</p> <p>USD 2'846 Mio. Managementgebühren und verbundene Erträge</p>

¹ Sämtliche Verweise auf «Farmers Exchanges» beziehen sich auf Farmers Insurance Exchange, Fire Insurance Exchange, Truck Insurance Exchange sowie deren Tochtergesellschaften und verbundenen Unternehmen. Die drei Exchanges sind genossenschaftlich organisierte Versicherungen mit Sitz in Kalifornien. Sie sind Eigentum ihrer Versicherungsnehmer und stehen unter der Oberleitung ihrer Boards of Governors.

Kennzahlen

USD 4,1 Mrd.

Betriebsgewinn (Business Operating Profit)
(31. Dezember 2012)

178%

SST-Solvenzquote
(1. Juli 2012)

USD 34,5 Mrd.

Den Aktionären zurechenbares Eigenkapital
(31. Dezember 2012)

Strategie der Gruppe

Zurich ist ein profitabler, gut kapitalisierter und robuster globaler Versicherungsanbieter. Unser Erfolg basiert auf dem Engagement unserer Mitarbeitenden sowie einer Kombination aus Finanz- und Underwriting-Disziplin, Kundenorientierung und operativer Exzellenz. Doch um unsere Dynamik in einem zunehmend volatilen wirtschaftlichen und sozialen Umfeld beizubehalten, müssen wir noch mehr tun.

Die Strategie unserer Gruppe dient dazu, profitables Wachstum zu erzielen, indem wir die Stärke unseres globalen Unternehmens nutzen, unsere Ressourcen bestmöglich einsetzen und unseren Ruf als vertrauenswürdige Marke ausbauen. Diese Strategie basiert auf drei einfachen Konzepten: «Wer wir sind, was wir tun und wie wir es tun.»

 Möchten Sie mehr über die Strategie unserer Gruppe erfahren? Besuchen Sie www.zurich.com/aboutus/ oder lesen Sie S. 8–9 unseres Geschäftsberichts 2012, der ebenfalls auf unserer Webseite abrufbar ist.

Unsere Strategie

Wer wir sind

Die Geschichte von Zurich

Wir sind Zurich, ein global tätiges Unternehmen mit einer Mission, einem Ziel, gemeinsamen Werten und einer klar formulierten Verpflichtung gegenüber unseren Interessengruppen: unseren Kunden, unseren Mitarbeitenden, unseren Aktionären und der Gesellschaft, in der wir leben und arbeiten.

Was wir tun

Geschäftsportfolio

Ein langfristig profitables Portfolio aufbauen.

Kunden und Versicherungsvermittler

Noch kundenorientierter arbeiten.

Produkte und Dienstleistungen

Hervorragende Produkte und Dienstleistungen anbieten.



Wie wir es tun

Mitarbeiterführung

Die besten Mitarbeitenden gewinnen, halten und weiterentwickeln.

The Zurich Way

Durch gemeinsame Nutzung von Best Practices einen Wettbewerbsvorsprung erreichen.

Prozesse und Systeme

Unsere Prozesse und Systeme vereinfachen und verbessern.

~60'000

Mitarbeitende
(31. Dezember 2012)

170+

Länder
(31. Dezember 2012)

AA-/stable

Standard & Poor's Finanzstärke-Rating
für die Zurich Versicherungs-Gesellschaft AG
(31. Dezember 2012)



Wir leben unsere Strategie: Ausrichtung auf die Kunden

Seit 100 Jahren engagiert für unsere Kunden in den USA

Zurichs Ziel ist es, Marktführer im Bereich Kundenservice zu werden und mit den von uns angebotenen Lösungen hervorragende Leistungen zu erzielen.



Los Angeles: seit 1928 Sitz von Farmers.



Die USA sind eine der produktivsten Nationen der Welt geworden und Zurich hat dieses Wachstum unterstützt.»



Der Geschäftsbereich North America Commercial hat seinen Sitz in Schaumburg, einem Vorort von Chicago.

Zurich ist bestrebt, für ihre Kunden ein starker und solider Versicherer zu sein, auf den sie sich auch in schwierigen Zeiten verlassen können.

Wir arbeiten laufend daran, ihre Bedürfnisse noch besser zu verstehen und entwickeln individuell zugeschnittene Lösungen, um die Bedürfnisse spezifischer Kundengruppen zu erfüllen. Eine Lösung ist viel mehr als nur ein Produkt, wie z.B. eine einzelne Versicherungspolice, und umfasst die gesamte Kundenbeziehung, einschliesslich Branding, Vertrieb und Service. Von den vielen Regionen der Welt, in denen wir versuchen, noch näher an unseren Kunden zu sein, sind die USA für uns besonders wichtig. Dort haben wir im Jahr 2012 das 100-jährige Jubiläum unserer Geschäftstätigkeit gefeiert.

Am 17. Dezember 1912 gewährte das Insurance Department des Staates New York der «Zürich» Allgemeine Unfall- und Haftpflicht-Versicherungs-Aktiengesellschaft die Lizenz zur Gründung eines neuen Versicherungsunternehmens. Dies war unser erster Schritt im amerikanischen Markt. Die US-Wirtschaft war mitten in einer Periode raschen Wachstums – ein günstiger Zeitpunkt also, um das Know-how und die Erfahrungen

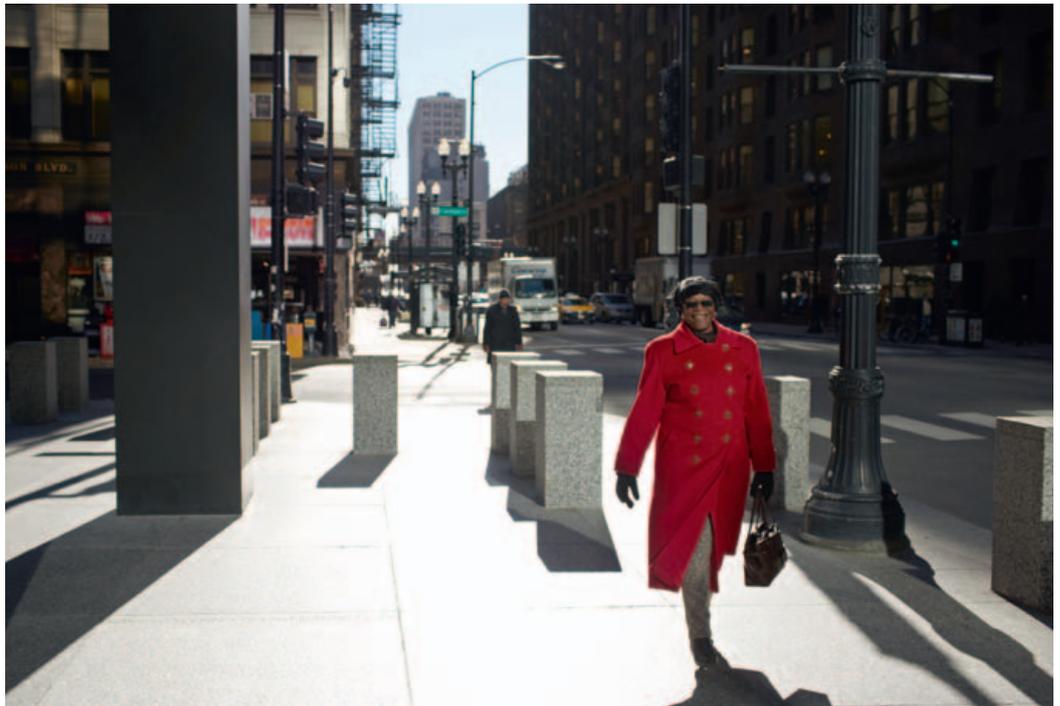
im Bereich der Arbeiterunfallversicherung, die wir in der Schweiz erworben hatten, in den USA zu nutzen und uns dort ebenfalls am boomenden Markt für Automobilversicherungen zu beteiligen. In den 100 Jahren, die seither vergangen sind, hat Zurich unzählige Einzelpersonen, Familien und Unternehmen in den USA versichert; darunter waren auch historische Projekte wie die jährliche Thanksgiving-Parade von Macy's 1924, die Weltausstellung in Chicago 1933 und der Bau des Madison Square Garden 1968.

Die USA sind eine der produktivsten Nationen der Welt geworden und Zurich hat dieses Wachstum in doppelter Hinsicht unterstützt: Einerseits, indem wir Privatpersonen und Unternehmen Versicherungsschutz boten, und andererseits, indem wir Kapital in Infrastrukturprojekte und bedeutende Industrien wie Fahrzeugbau, verarbeitendes Gewerbe und Bauwesen investierten. Heute ist Zurich in den Sparten Global Corporate, Large Corporate, Middle Market, Specialties und Programs ein führender Anbieter von gewerblichen Sach- und Unfallversicherungen sowie Lebensversicherungen. Zurich ist Versicherungspartner für die meisten der globalen Fortune-100-Unternehmen.

Besserer Service für unsere Kunden weltweit

Markant verstärkte Zurich die Präsenz in den USA im Jahre 1998, als dank der Fusion mit den Finanzdienstleistungsgeschäften von BAT die Farmers Group, Inc. in die Gruppe kam. Die Farmers Exchanges bieten in den USA seit 1928 Versicherungsprodukte für Privatpersonen und kleine Firmen an. Farmers Group, Inc., eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der Zurich Insurance Group, erbringt bestimmte nicht-schadenabwicklungsbezogene administrative und Managementdienstleistungen für die Farmers Exchanges, drei genossenschaftsähnliche Versicherer, die im Eigentum ihrer Versicherungsnehmer stehen. Mit über 50'000 exklusiven und selbständigen Agenten betreuen die Farmers Exchanges mehr als 10 Mio. Haushalte in allen 50 Bundesstaaten der USA mit über 20 Mio. Einzelpolicen.

Zurich ist bestrebt, die speziellen Bedürfnisse ihrer Unternehmenskunden zu erfüllen, indem sie diesen auch Lösungen aus der gesamten Gruppe anbietet. So beschäftigt unser Geschäftsbereich Global Corporate innerhalb des Segments Schadenversicherung (General Insurance) Spezialisten für die Betreuung grosser multinationaler Unternehmenskunden mit ihren oft einzigartigen und komplexen Bedürfnissen. Diese Spezialisten erarbeiten komplette Versicherungslösungen; der Kunde kann so alle Fragen mit einer einzigen Kontaktperson klären. Kürzlich arbeiteten die Teams von Global Corporate mit ihren Kollegen im Segment Lebensversicherung (Global Life) ein einzigartiges Produkt aus, in welchem firmeneigene Versicherungen und



Lebensversicherungsprodukte für ein grosses amerikanisches Energieunternehmen kombiniert werden.

Als Sturm Sandy den Nordosten der USA verwüstete, konnten wir zeigen, dass es uns ein besonderes Anliegen ist, unsere Kunden sowie die Gemeinschaften, in denen unsere Mitarbeitenden leben und arbeiten, zu unterstützen.¹ Wir sind stolz darauf, ihnen in dieser schwierigen Zeit geholfen zu haben – wie wir es bereits in den vergangenen 100 Jahren taten. Wir sind bestrebt, auch in Zukunft in den USA unsere Dienstleistungen weiter zu verbessern, indem wir eng mit den Kunden zusammenarbeiten und ihre Bedürfnisse noch besser verstehen.

¹ Weitere Informationen zur Reaktion unserer Mitarbeitenden auf Sturm Sandy finden Sie auf S. 15.

Zurich verfolgt einen «Lean»-Ansatz, um die Dienstleistungsqualität für unsere Kunden zu verbessern

Das Engagement von Zurich für die Verbesserung der Kundenzufriedenheit erstreckt sich über die gesamte Organisation. Ein wesentlicher Teil unserer Strategie ist das Programm ZurichLean, mit dem die Leistungen für unsere Kunden vereinfacht werden sollen, indem jeder Schritt der internen Prozesse analysiert und anhand der «Lean»-Methoden umgestaltet und zugeordnet wird.

Dr. Daniel Ösze, Leiter des Teams des ZurichLean Center of Excellence, erklärt: «Der Ansatz ist relativ einfach: verstehen, was der Kunde wünscht, dies mit dem vergleichen, was aktuell angeboten wird, und anschliessend eine bessere Möglichkeit finden und diese umsetzen, um die

Chicago, Illinois: hier eröffnete Zurich 1912 ihren ersten Hauptsitz in den USA.

Bedürfnisse des Kunden zu erfüllen. Entscheidend ist dabei, den Erfolg zu messen und dann zu versuchen, diesen künftig noch zu übertreffen.» Die Initiative wird von einem Kernteam geleitet, das Mitarbeitende ermutigt, zertifizierte Experten zu werden. Qualifizierte Fachleute wenden wiederum «Lean»-Techniken an, um Prozesse in ihren eigenen Bereichen zu verbessern. Dank einer wachsenden internen Gemeinschaft von Fachleuten und Experten können durch diesen Ansatz wirksame Methoden rasch in der gesamten Organisation eingesetzt werden.

Kürzlich suchten Vertreter verschiedener Teams aus dem asiatisch-pazifischen Raum und Mitglieder des ZurichLean-Teams nach Möglichkeiten, um Policen in den Sparten Unfall- und Schadenversicherung rascher ausstellen zu können. Diese Gruppe erstellte ein umfassendes Abbild der Prozesse, um so «kritische Punkte» zu finden und zu eliminieren. Dieses Vorgehen förderte die enge Zusammenarbeit zwischen unterschiedlichen Teams und hatte eine grössere Wertschätzung jedes einzelnen Beitrags zum gesamten Prozess zur Folge. Der Vorteil unterschiedlicher Standpunkte gekoppelt mit der «Lean»-Methodik führte zu einer Zeitersparnis von 20% bei der Ausstellung von Policen. ZurichLean verwendet, kurz zusammengefasst, einen strukturierten Ansatz zur Verbesserung von Produkten und Dienstleistungen, indem vorhandene Ressourcen optimal genutzt werden.

Makler nutzen Zurich's Multinational Insurance Application

Vertriebsorganisationen, wie z.B. Makler, sind wichtige Kanäle, über die Zurich mit ihren Kunden verbunden ist. Wir sind bestrebt, unsere Vertriebspartner optimal zu unterstützen, damit diese ihrerseits unseren Kunden einen besseren Service bieten können.

Im Segment Schadenversicherung verfügen wir mit der Multinational Insurance Application (MIA) über ein Werkzeug, das unsere Underwriter, Kunden und Makler dabei unterstützt, internationale Versicherungsprogramme für multinationale Kunden zu strukturieren und sich über relevante Vorschriften, Steuern und Lizenzbestimmungen in Ländern rund um den Globus zu informieren.

Zurich entwickelte MIA ursprünglich als internes Tool. Wir liessen uns dabei von externen Steuer- und Rechtsexperten beraten, um so das Wissen, das wir im Laufe der Jahre erworben haben, zu ergänzen und ein Instrument zu schaffen, das unsere Underwriter zur Unterstützung der Kunden verwenden konnten. Vor einigen Jahren zeigte sich, dass wir bessere Lösungen für Kunden entwickeln konnten, wenn wir dieses Tool gemeinsam mit Maklern nutzen. Heute haben sich mehr als 50 Makler für die Verwendung dieses Tools angemeldet, darunter die drei wichtigsten globalen Makler.



Zusammenarbeit mit unseren Kunden zum Schutz der Mitarbeitenden, der Umwelt und des Geschäfts

Die Risk-Engineering-Teams von Zurich arbeiten mit Kunden in der ganzen Welt zusammen, um diese bei der Bewältigung von Risiken in den Bereichen Umwelt, Gesundheit und Sicherheit sowie von Geschäftsrisiken zu unterstützen. So erarbeitete beispielsweise eines unserer Teams vor kurzem in Brasilien zusammen mit leitenden Mitarbeitenden von Schahin, einem grossen brasilianischen Bauunternehmen, mithilfe innovativer Methoden einen Risk Improvement Action Plan, der 2013 in Kraft gesetzt wird. Der Plan ermöglicht Schahin eine zuverlässige Risikobewertung, die den Schutz von Mitarbeitenden und der Umwelt sowie Produktivität und Rentabilität verbessern wird. Unter Verwendung von zwei sich ergänzenden Methoden zur Risikoanalyse untersuchte das Zurich-Team Risiken im Zusammenhang mit der Installation, Konstruktion, Montage und Inbetriebnahme einer neuen Produktionsanlage für Erdgaskondensation sowie den Zustand einer bestehenden Gasbehandlungsanlage im brasilianischen Bundesstaat São Paulo.

Für eine umfassende Darstellung analysierte das Team darüber hinaus bei den Prozessen und Verfahren im Unternehmen so unterschiedliche Bereiche wie Sicherheitsmanagement, Unternehmenskultur, allgemeines Management, Risiko- und Gefahrenanalyse, Umweltmanagement, Ausbildung und Training, Planung, Qualitätssicherung und Qualitätskontrolle, Projektüberlegungen und Schätzverfahren. Bei seinem Ansatz stützte sich das Risk Engineering-Team auf die Erfahrung und das Know-how von Zurich im Bau- und Konstruktionsbereich sowie auf vom Construction Industry Institute (CII) anerkannte Best Practices für Umwelt- und Sicherheitsmanagement im Baugeschäft. Schahin war sehr zufrieden mit dem Bericht, da er eine objektive und kritische Analyse lieferte.



Wir leben unsere Strategie: Ausrichtung auf die Mitarbeitenden

Unsere Mitarbeitenden fördern und optimal einsetzen

Effektive Mitarbeiterführung ist ein zentrales Element der Strategie von Zurich.

Um als weltweit tätiges Versicherungsunternehmen Erfolg zu haben, müssen wir die Besten in unserer Branche anwerben, halten und weiterentwickeln. Deshalb müssen wir in der Mitarbeiterentwicklung zu Vorreitern unserer Branche werden und einen globalen Ansatz bei der Mitarbeiterförderung und -rekrutierung verfolgen.

Wir versprechen, in die Fähigkeiten und Fachkenntnisse unserer Mitarbeitenden zu investieren, so dass sie alle ihr Potenzial ausschöpfen können, wie im «Zurich Commitment» festgehalten (siehe Fragen an CEO Martin Senn, Seite 2–5). Als Gegenleistung erwarten wir von allen Mitarbeitenden, dass sie unsere zentralen Werte teilen, die in unserem Verhaltenskodex, den Zurich Basics, festgehalten sind.

Beste Leistungen erreichen

Wir bei Zurich wissen, dass es nicht ausreicht, grosse Talente anzuwerben und zu halten. Wir müssen das Arbeitsleben aller unserer Mitarbeitenden bereichern. Wie unsere Kunden, so sind auch unsere weltweit tätigen Mitarbeitenden unterschiedlich – angefangen von der Nationalität, der Sprache und dem Geschlecht bis hin zu Lebensstil und Ansichten. Deshalb schaffen wir eine Kultur, welche diese unterschiedlichen Merkmale berücksichtigt und so einsetzt, dass alle ihre Höchstleistungen erbringen können.

Unser facettenreiches und integratives Arbeitsumfeld wird nicht über Richtlinien und Programme definiert. Vielmehr soll es Merkmal dessen werden, wer wir sind und wie wir arbeiten. Wir konzentrieren uns darauf, unsere Mitarbeitenden durch eine integrative Kultur und fortschrittliche Mitarbeiterführung zu fördern. Entscheidend ist dabei, dass wir einen stabilen und diversifizierten Pool an Nachwuchskräften



Durch unser Engagement für Diversität und Integration sorgen wir dafür, dass wir über eine breite Palette an talentierten Mitarbeitenden verfügen.»

Zurich-Mitarbeitende in São Paulo, Brasilien; London, Grossbritannien und Chicago, USA.

aufbauen. Um das zu erreichen, stellen wir sicher, dass unsere Führungskräfte sich für Diversität und Integration einsetzen. Wir geben ihnen hierfür die nötigen Instrumente, und sie sind verantwortlich für die Umsetzung.

64% unserer Mitarbeitenden betrachten Zurich bereits als ein Unternehmen, in dem unterschiedliche Ansichten geschätzt werden, und 87% unterstützen die Bemühungen, mehr Diversität in der Mitarbeiterschaft bei Zurich zu erreichen.¹

Ganzheitliche Strategie bei der Mitarbeiterführung

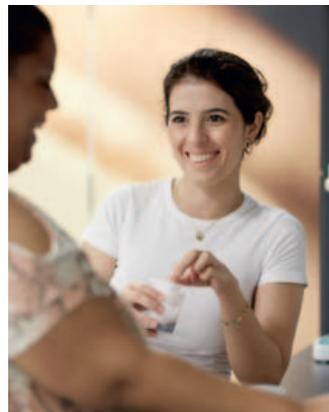
Um der beste Versicherer weltweit zu werden, müssen wir die besten Mitarbeitenden anwerben und ihnen die Möglichkeit geben, ihre Karriere bei Zurich zu entwickeln. In unserer Mitarbeiterstrategie folgen wir einem ganzheitlichen Ansatz mit zwei Hauptelementen: Talentmanagement und Weiterentwicklung.

Anwerbung talentierter Mitarbeitender und Talentmanagement

Wir wollen ein attraktiver Arbeitgeber für die talentiertesten Fach- und Führungskräfte sein, und folgen einem definierten Prozess, um zu erkennen, welche bestehenden Mitarbeitenden über die Fähigkeiten, die Erfahrung, das Potenzial und den Wunsch verfügen, Zurich gemäss ihrer Strategie voranzubringen. Unser Ansatz beim Talentmanagement ermöglicht es uns, mit Blick auf die künftigen Bedürfnisse des Unternehmens diejenigen Mitarbeitenden auszuwählen, die über das Potenzial verfügen, uns bei der Erreichung unserer Ziele zu unterstützen. Nach Auswahl der richtigen Personen bieten wir diesen geeignete Möglichkeiten zur Entwicklung ihrer Karriere. Mit unserem Engagement für Diversität und Integration sorgen wir dafür, dass wir über einen Pool an talentierten Mitarbeitenden verfügen. Regelmässige Kompetenzbeurteilungen stellen sicher, dass die richtigen Personen zur rechten Zeit die passenden Funktionen bekleiden.

Zurich verwendet für das Talentmanagement weltweit die glei-

¹ Quelle: Globale Mitarbeiterumfrage, Kenexa, 2011; Global D&I Survey, Deloitte, 2012



Optimale Förderung unserer Mitarbeitenden



London Underwriting Centre, London, Grossbritannien.

chen Instrumente und Parameter. Dazu gehören die strategische Personalplanung, ein drei bis fünf Jahre umfassendes Analyse- und Prognosewerkzeug, und die Zurich Workforce Analytics, bei der Daten aus den einzelnen Ländern zusammengefasst werden, um ein globales Bild unserer Mitarbeiterschaft zu gewinnen und es uns zu ermöglichen, bessere Entscheidungen für unsere Mitarbeitenden und das Unternehmen zu treffen.

Lernen und Weiterentwicklung

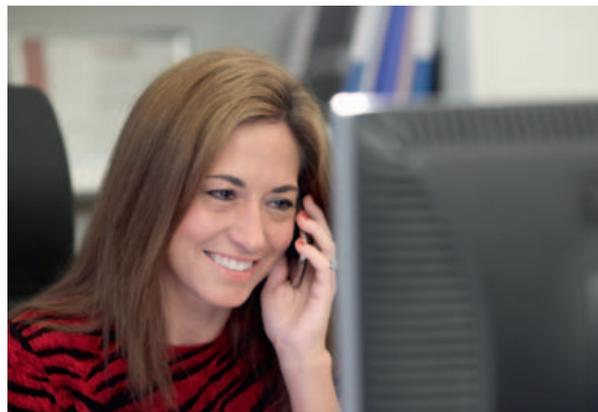
Wir bei Zurich möchten talentierte Personen im Unternehmen halten und fördern. Daher bemühen wir uns, Möglichkeiten für lebenslanges Lernen und persönliche Weiterentwicklung zu schaffen. Ein gut etablierter Prozess aus Leistungsbeurteilungen, Kompetenzbewertungen und persönlichen Entwicklungsplänen, der gemeinsam vom Vorgesetzten und Mitarbeitenden geführt wird, hilft uns, den Entwicklungsbedarf von Mitarbeitenden zu erkennen.

Die Linienmanager führen Jahresbeurteilungen und Gespräche zur Zielvereinbarung mit ihren Teammitgliedern durch. Der Grad, in dem diese gegenseitig vereinbarten Ziele erreicht werden, lässt uns erkennen, welche Fähigkeiten

und Begabungen weiterentwickelt werden können und in welchen Bereichen weitere Schulung notwendig ist, falls Mitarbeitende die Erwartungen nicht erfüllt haben. Dieser Prozess wird zur Jahresmitte wiederholt. Von unseren Mitarbeitenden erwarten wir, dass sie einen individuellen Entwicklungsplan erstellen; dieser wird im Laufe des Jahres überprüft und gibt den Mitarbeitenden eine formelle Möglichkeit, mit ihren Vorgesetzten über die Richtung zu sprechen, die sie in ihrer Karriere einschlagen möchten.

Entwicklungsbedarf wird nach Möglichkeit durch Schulungen gedeckt, wobei Best Practices aus unserem Unternehmen weltweit zum Einsatz kommen. Wir haben Zurich Academies unter anderem für Underwriting, Schadenbewertung, Finanzen und Kommunikation eingerichtet.

Mit Blick auf die Zukunft planen wir die Weiterentwicklung unserer Leistungskennzahlen und der strategischen Personalplanung, um sicherzustellen, dass wir im Unternehmen die richtigen Mitarbeitenden weiterentwickeln, um unsere künftigen geschäftlichen Bedürfnisse erfüllen zu können.



Group Chief of Staff erhält die Auszeichnung «Women to Watch»

Ann Haugh, Group Chief of Staff von Zurich, wurde im Dezember 2012 in New York vom Business Insurance Magazine mit dem Preis «Women to Watch» ausgezeichnet. Dieser Preis wird an 25 Frauen verliehen, die im Versicherungssektor und in verwandten Bereichen herausragende Arbeit leisten. Wir bei Zurich sind bestrebt, talentierte Frauen zu gewinnen, zu binden und weiterzuentwickeln, und sind stolz darauf, dass eine unserer Mitarbeiterinnen so ausgezeichnet wurde.

Ann Haugh kam 1996 zu Zurich, wo sie in der Specialties Division in Nordamerika verschiedene Underwriting- und Führungspositionen innehatte. Von 2002 bis 2007 war sie als Chief Underwriting Officer und Chief Operating Officer (COO) für die Executive Assurance Division von Arch Insurance in New York tätig. 2007 kehrte sie als COO Global Corporate in Nordamerika zu Zurich zurück und wurde 2009 zum COO von Global Corporate ernannt. 2011 übernahm sie die Position des CEO Global Corporate in Grossbritannien und im August 2012 trat sie ihre derzeitige Position an.



Mitarbeitende nach Geschlecht

(Quelle: Zurich Workforce Analytics, 31. Dezember 2012)

Sturm Sandy: Berge versetzen in New York

Als der Sturm Sandy 2012 die Ostküste der USA traf, waren die Mitarbeitenden von Zurich gut darauf vorbereitet Hilfe zu leisten. Sandy wütete am 29. Oktober 2012 an der Küste von New Jersey und erzeugte eine nie dagewesene Sturmflut mit einer Höhe von vier Metern im Battery Park in New York City. Auf seinem Höhepunkt erstreckte sich der Sturm auf ein fast 1'500 km langes Gebiet und erreichte Windgeschwindigkeiten von über 145 km pro Stunde. Sandy richtete enormen Schaden an und liess 6 Mio. Menschen ohne elektrischen Strom zurück.

Freiwillige von Zurich sammelten Geld und halfen persönlich Menschen, die von der Katastrophe betroffen waren. Und das Engagement blieb nicht auf Nordamerika beschränkt: Mitarbeitende von Zurich in der Region Asien-Pazifik beispielsweise – die selbst häufig von Naturkatastrophen heimgesucht wird – sammelten Geld für das amerikanische Rote Kreuz.

Mitarbeitende der Farmers Exchanges¹ in den USA halfen mit ihren «Mobile Claims Catastrophe»-Bussen Kunden an einer Reihe von Standorten, darunter New Jersey und Pennsylvania. Bei diesen Bussen handelt es sich um mobile hochtechnologische Kundenbetreuungszentren, die dafür konzipiert sind, die Bedürfnisse von Katastrophenopfern im Krisenfall abzudecken. Neben dem umgehenden Schadenservice grillten die Mitarbeitenden Hamburger, verteilten Wasserflaschen und gaben Decken, Zahnbürsten und Spielzeug an Kunden und Nichtkunden gleichermaßen aus.

Eine der grössten Aktionen fand in New York statt. 88 Mitarbeitende fuhren mit dem Bus nach Rockaways, Queens, um bei der Beseitigung von Sand und Schutt auf einem Spielplatz zu helfen. Jillian Walsh, Director of Community Investment, arbeitete mit dem New Yorker Büro des Bürgermeisters Michael Bloomberg an der Planung dieses Einsatzes. Sie wurde dabei unterstützt von Freiwilligen des lokalen Bereichs Community Investment: Samit Shah, Sandra Mangroo, Deborah Bryant und Michael Crocker. Am Freitag, 16. November versammelten sich die Freiwilligen vor dem Gebäude One Liberty Plaza. Die Gruppe wurde von Dan Riordan, CEO Global Corporate in North America, enthusiastisch begrüsst. Dann machten sie sich daran, Berge zu versetzen – im wahrsten Sinne des Wortes. Die Aktion wurde unterstützt von Mike Foley, CEO North America Commercial und David Dietz, CEO Global Life North America.

«Dieser Sturm hat uns einmal mehr gezeigt, wie mächtig Naturgewalten sein können und welche Risiken sie bergen. Ich bin stolz darauf, wie Mitarbeitende von Zurich unseren Kunden geholfen haben, sowohl vor als auch nach dem Sturm Sandy. Zurichs starke Bilanz, ihr gesunder Cashflow und ihre Fachkenntnis in Bezug auf Risiken erlauben es uns, für unsere Kunden da zu sein, wann immer diese uns brauchen, und unser Versprechen zu erfüllen», erklärte Chief Executive Officer Martin Senn.

¹ Sämtliche Verweise auf «Farmers Exchanges» beziehen sich auf Farmers Insurance Exchange, Fire Insurance Exchange, Truck Insurance Exchange sowie deren Tochtergesellschaften und verbundenen Unternehmen. Die drei Exchanges sind genossenschaftlich organisierte Versicherungen mit Sitz in Kalifornien. Sie sind Eigentum ihrer Versicherungsnehmer und stehen unter der Oberleitung ihrer Boards of Governors.



Fähigkeiten verbessern: The Zurich Way

Das Programm The Zurich Way (TZW) konzentriert sich auf drei Ziele: Aufbau globaler Fähigkeiten, Wissenstransfer sowie Anerkennung hervorragender Leistungen.

Arthur Calipo, Leiter des Teams, erklärt: «Wir bieten eine einfache Methode an, mit der Erfolge von einem Bereich in andere Bereiche repliziert werden können – sei es ein neues Produkt, ein neuer Service oder ein besserer Prozess. Dies erreichen wir durch Wissensaustausch, den Zurich Knowledge Exchange, eine intranetbasierte Plattform, die es uns ermöglicht, Ideen und Mitarbeitende zu verbinden.»

Folgendes Beispiel zeigt den positiven Einfluss, den dies auf Mitarbeitende haben kann. Bei einem Treffen von Fachleuten aus dem Bereich Underwriting and Pricing lud Jackie Flynn, Head of Underwriting Process & Development bei Zurich North America, Paula Wolfenson, Latin America Technical Director, dazu ein, zusammen mit ihrem Team das Wissen über Underwriting- und Pricing-Tools zu vertiefen. Diese Erfahrung war für beide Teams sehr positiv und führte zu einem Transfer von Know-how und Best Practices, um den Underwriting-Prozess in der Region Lateinamerika zu verbessern.

 **9,5 Jahre**

Durchschnittliche Dauer der Beschäftigung

(Quelle: Zurich Workforce Analytics, 31. Dezember 2012)

 **66%**

Grad des Mitarbeiterengagements*

(Quelle: Globale Mitarbeiterumfrage, 2011)

* Grad der Motivation der Mitarbeitenden, zum Erfolg des Unternehmens beizutragen, sowie ihrer Bereitschaft sich jederzeit einzusetzen und Aufgaben zu übernehmen, die für das Erreichen der Unternehmensziele wichtig sind.



Wir leben unsere Strategie: Ausrichtung auf die Aktionäre

Eine Strategie für profitables Wachstum

Wir bauen unser Geschäft in Schwellenmärkten und in Industrieländern langfristig auf, damit wir auch in Zukunft nachhaltig eine attraktive Dividende zahlen können.

Zurich ist bestrebt, nachhaltig eine attraktive Dividende zu zahlen. Wir wissen, wie wichtig dies für unsere Aktionäre ist, insbesondere angesichts der aktuell schwierigen Wirtschaftslage.

Um dieses Ziel zu erreichen, müssen wir sicherstellen, dass unsere Kapitalbasis stark bleibt und wir weiterhin rentabel arbeiten. Es gilt, wirtschaftlichen und sonstigen externen Einflüssen standzuhalten; zudem müssen wir nach Wachstumsmöglichkeiten suchen, unter anderem in den von uns anvisierten Regionen mit hohem Potenzial. Eine dieser Regionen ist Lateinamerika.

In Lateinamerika leben 590 Mio. Menschen – fast so viele wie in Europa und den USA zusammen. In der Region ist nicht nur Wachstum, sondern auch ein tiefgreifender Strukturwandel zu beobachten. Das starke Wachstum in den letzten zehn Jahren wurde durch Wirtschaftsre-



Zürich ist heute der viertgrösste Anbieter von Lebensversicherungen in Brasilien, einem der am schnellsten wachsenden und interessantesten Märkte der Welt.»

Strassenszenen in São Paulo, Brasiliens grösster Stadt und Sitz von Zürichs Geschäftsbereich in Brasilien.

formen und eine grössere politische Stabilität unterstützt. Damit einher gehen eine höhere Kaufkraft, zunehmende soziale Mobilität und ein besserer Zugang zu Krediten.

Durch die Übernahme von 51% des Versicherungsgeschäfts von Banco Santander in Lateinamerika konnten wir die Leistungsfähigkeit in unseren wichtigsten Zielmärkten Brasilien, Chile und Mexiko erhöhen. Banco Santander ist nachweislich sehr stark im Vertrieb von Bankprodukten und zählt in jedem dieser Märkte zu den Top 3. Das Unternehmen besitzt ein Netzwerk von 6'000 Filialen und 25'000 Geldautomaten in der gesamten Region und ermöglicht uns den Zugang zu 40 Mio. Kunden.¹

¹ Stand 31. Dezember 2012



Brasilien ist typisch für die spannenden Möglichkeiten, welche die Region bietet. Es wurde lange als «das Land der Zukunft» bezeichnet, seine Zeit ist indessen gekommen. Das Land hat 200 Mio. Einwohner, verteilt auf 67 Mio. Haushalte, die 32 Mio. Autos besitzen. Allein in den letzten 10 Jahren konnten 50 Mio. Menschen aus der Armut in die Mittelschicht aufsteigen. Diese demografische Veränderung entspricht in ihrem Umfang der Bevölkerung Spaniens und es wird erwartet, dass in den nächsten beiden Jahren weiteren 30 Mio. Menschen der Schritt aus der Armut gelingen wird. Die brasilianische Wirtschaft umfasst 5,4 Mio. Kleinbetriebe, knapp 100'000 mittelständische Firmen und etwa 1'000 global tätige Unternehmen.

Dank dem wachsenden Wohlstand kann die brasilianische Mittelschicht Eigenheime, Autos und Mobiltelefone kaufen. Sie möchte ihren Lebensstandard für die Zukunft absichern – doch Versicherungen sind noch nicht sehr verbreitet. Die wachsende Mittelschicht hat auch beträchtlichen Bedarf an Lebensversicherungen. Dieser Bereich verzeichnete in Lateinamerika seit 2010 bereits zweistellige Zuwachsraten und dieser Trend wird voraussichtlich bis 2015 anhalten. Durch unsere verschiedenen Vertriebskanäle in Lateinamerika haben wir Zugang zu mehr als 100 Mio. potenziellen Kunden. Kevin Hogan, CEO Global Life, erklärt: «2007 hatte Zürich nicht einmal eine Lizenz für Lebensversicherungen in Brasilien. Heute sind wir der viertgrösste Anbieter von Lebensversicherungen in diesem Land, einem der am schnellsten wachsenden und interessantesten Märkte der Welt.»

Als global tätiger Versicherer haben wir den Vorteil, dass wir Best Practices erkennen und fördern können. Zürich bietet jetzt Motorfahrzeugversicherungen an, deren Prämien sich nach den Postleitzahlen in Brasilien richten. Dies ist in der Region eine Innovation, anderswo jedoch bereits gängige Praxis. Antonio Cássio dos Santos, Regional Chairman for Latin America, sagt: «Brasilien ist weltweit der drittgrösste Markt



Eine Strategie für profitables Wachstum

für den Verkauf von Autos, doch nur ein Drittel der Fahrzeuge ist versichert. Wir bieten globale Kompetenz in einem Schwellenmarkt an, was uns einen erheblichen Wettbewerbsvorteil verschafft. Diesen Ansatz verfolgen wir in ganz Lateinamerika.»

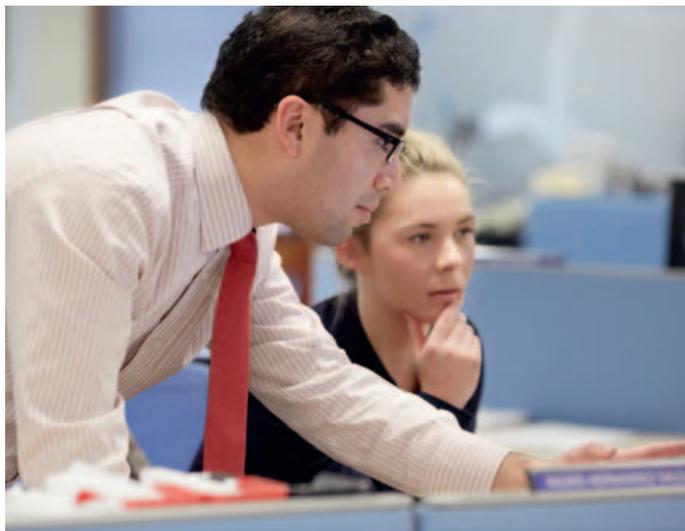
Zurich positioniert sich in Asien für künftige Chancen

Neben Lateinamerika ist Zurich auch in anderen Wachstumsregionen vertreten. Unsere Investitionen in Asien, insbesondere in Singapur, Indonesien und Malaysia, sollen künftige Einnahmen ankurbeln und zu einer Diversifizierung unseres aktuellen Portfolios weg von gesättigten Märkten führen.

Die Chancen für gebührenbasierte Produkte und für Vorsorgelösungen sind in diesen Märkten weiterhin gut. In einer aktuellen Studie¹ wird die Unterversicherung in Asien auf USD 41 Billionen geschätzt. Diese «Absicherungslücke» entspricht der Differenz zwischen den erforderlichen und den aktuell verfügbaren Mitteln, um den Lebensstandard von Angehörigen nach dem Tod des Haupternährers einer Familie aufrechtzuerhalten. Kevin Hogan, CEO Global Life, sagt: «In diesen Märkten ist eine enorme Unterversicherung vorhanden. Häufig ist die Vorsorgeversicherung erheblich günstiger als die Kunden glauben, und genau in dieser Fehleinschätzung liegen unsere Geschäftschancen.»

Ein gutes Jahr für Global Corporate

Global Corporate, eine Einheit unseres Geschäftssegments Schadenversicherung (General



Global Corporate steigerte die Bruttoprämien 2012 im dritten Jahr in Folge.



Malaysia bietet künftige Wachstumsmöglichkeiten.

Insurance), erhöhte 2012 im dritten aufeinanderfolgenden Jahr seine Bruttoprämien und fokussierte gleichzeitig auf Rentabilität. Im Portfolio der europäischen Motorfahrzeugversicherung und in den internationalen Sparten Sach- und Energieversicherung wurden diszipliniertes Underwriting und Preismassnahmen vorangetrieben. Dies widerspiegelt einen Ansatz, den Zurich für das Management ihrer Portfolios im Segment Schadenversicherung verwendet, den so genannten Einstufungsprozess. Dabei werden die Kundenbeziehungen aufgrund ihrer durch einen Underwriting-Spezialisten eingeschätzten relativen Rentabilität systematisch eingestuft. So können wir differenziert beurteilen, wie wir eine Kundenbeziehung bei Erneuerung handhaben wollen. Das Ziel bei den attraktiven Verträgen ist eine Verlängerung, bei den unattraktiven Korrekturmassnahmen. Dieser Ansatz hat zu einer deutlichen Verbesserung der zugrunde liegenden Performance von wichtigen Portfolios geführt. Im Wesentlichen geht es darum, das Portfolio durch eine Prüfung der Rentabilität in Echtzeit zu verbessern.

Dieser Ansatz hatte zur Folge, dass die Erneuerungsquote bei hochrentablen Kundenbeziehungen grösser war als bei weniger profitablen, was zu einem erheblich besseren Gesamtergebnis führte. Mike Kerner, CEO General Insurance, meint: «Der Gedanke, der dahintersteckt, ist wirklich nichts Weltbewegendes. Neu ist nur, dass dem Underwriter mit direktem Kundenkontakt die Resultate dieses Einstufungsprozesses unmittelbar zur Verfügung stehen. Wenn Sie einen beliebigen

¹ Quelle: Swiss Re

Underwriter fragen, wie eine bestimmte Beziehung eingestuft ist, so kann er dies unverzüglich feststellen und kann daraus die richtigen Massnahmen ableiten.»

Durch verantwortungsvolles Investieren etwas bewirken

Mit einem Portfolio im Wert von mehr als USD 200 Mrd. hat die Investment-Management-Funktion von Zurich eine klare Mission: die Erzielung überdurchschnittlicher risikobereinigter Anlagerenditen im Verhältnis zu den Verbindlichkeiten. Gleichzeitig hängt der nachhaltige Erfolg für Zurich aber auch von der Schaffung langfristiger Werte für alle unsere wichtigsten Interessengruppen ab: unsere Kunden, unsere Aktionäre, unsere Mitarbeitenden und die Gesellschaft, in der wir leben und arbeiten – in Übereinstimmung mit unserem Verhaltenskodex, den «Zurich Basics», und unserem «Zurich Commitment».

Verantwortungsvolles Investieren ist ein zentraler Aspekt unserer übergreifenden Corporate-Responsibility-Strategie, und im Verlauf des letzten Jahres hat Zurich einen ganzheitlichen Ansatz für verantwortungsvolles Investieren entwickelt. Das Ziel ist es, einen positiven Einfluss auf die Gesellschaft und die Umwelt zu erzielen und Governance-Praktiken zu fördern, die mit hohen Integritätsstandards in Einklang stehen. Zu diesem Zweck arbeitet Zurich eng mit ihren Vermögensverwaltern zusammen, um die entsprechenden Faktoren in den Bereichen Umwelt, Soziales und Governance (ESG) zusammen mit den traditionellen finanziellen Messgrössen proaktiv in den Investitionsprozess zu integrieren.

Cecilia Reyes, Chief Investment Officer, erklärt: «Es geht darum, durch kontinuierliche Zusammenarbeit mit Vermögensverwaltern, Anlegern sowie den Unternehmen, in die wir investieren, positive Verhaltensveränderungen zu erzielen. Wir sind überzeugt, dass dieser Ansatz eine wertvolle Signalwirkung hat, die langfristig greifbare Vorteile bewirken wird, da Führungskräfte eine höhere Sensibilität gegenüber den ESG-Faktoren entwickeln und diese bei ihrer Arbeit berücksichtigen.»

Darüber hinaus baut Zurich ein Portfolio mit so genannten «Impact Investments» auf. Immer mehr Unternehmer, Regierungen, Nichtregierungsorganisationen und sonstige Akteure wenden sich den Kapitalmärkten zu, um nach Lösungen für viele der dringenden sozialen und ökologischen Probleme unserer Zeit zu suchen – und diese zu finanzieren. Als globale Versicherungsgruppe mit wachsender Präsenz in vielen Schwellenländern der Welt ist Zurich mit vielen dieser Herausforderungen direkt konfrontiert, z.B. mit den möglichen Auswirkungen des Klimawandels oder der intensiven Nutzung knapper natürlicher Ressourcen. Zurich hat ein konkretes Interesse an nachhaltigem Wirtschaftswachstum und der Entwicklung widerstandsfähiger Gemeinschaften. «Impact Investments» gehen diese Probleme an, indem sie einen gezielten, positiven Einfluss auf die Gesellschaft oder die Umwelt haben, zudem aber auch eine finanzielle Rendite erzielen, die den Risiken entspricht.



Global Life investiert in Grossbritannien

Zurich tätigt in gesättigten Märkten bedeutende Investitionen durch die Neupositionierung von Vertriebskanälen und des Produktmix dort, wo die Chancen am attraktivsten sind.

So richtete der Bereich Corporate Life & Pensions des Segments Lebensversicherung 2011 in Grossbritannien eine Corporate-Savings-Plattform ein, die bereits Assets under Management in Höhe von USD 2 Mrd. generiert hat. Ausserdem ist diese Plattform schon auf die automatische Betriebsrentenanmeldung für Mitarbeitende ausgelegt, deren Einführung in Grossbritannien für 2013 geplant ist.

Ein weiteres Beispiel sind die erheblichen Investitionen, die das Segment Lebensversicherung in eine britische Plattform für Privatkunden-Sparprodukte getätigt hat, als Vorbereitung für die Retail Distribution Review (RDR), die am 31. Dezember 2012 in Kraft getreten ist. Die RDR ist ein von der Financial Services Authority verfasstes Regelwerk, das Kunden dabei helfen soll, die angebotene Dienstleistung besser zu verstehen und im Voraus zu wissen, wie viel sie für eine Anlageberatung zahlen müssen.

Weltweite Unterstützung für Gemeinschaften

Durch Programme für lokale Gemeinschaften und durch Bestrebungen der Z Zurich Foundation setzen wir unsere Ressourcen und Fachkenntnisse ein, zum Aufbau einer widerstandsfähigen Gesellschaft.

Zurich investiert seit vielen Jahren in das Wohlergehen und die nachhaltige Entwicklung der Gesellschaft, in der wir leben und arbeiten. Das Fundament für unser Engagement bilden die Zurich Basics, unsere Werte und unser Verhaltenskodex. Die Z Zurich Foundation auf Konzernebene setzt in Kombination mit den vielen lokalen Programmen und Aktivitäten, die gruppenweit unternommen werden, aktiv das «Zurich Commitment» um (siehe Fragen an CEO Martin Senn, Seite 2–5).

Die Z Zurich Foundation und ihre Partnerorganisationen spielen eine bedeutende Rolle im globalen Programm von Zurich zur Risikominimierung, zur Vorsorge und zum Aufbau von Widerstandsfähigkeit von Gemeinwesen gegenüber Naturkatastrophen mit besonderem Fokus auf Überschwemmungen, eine Initiative im Rahmen unserer übergeordneten Corporate-Responsibility-Strategie. Dieses Programm zielt darauf ab, die Widerstandsfähigkeit von Gesellschaften gegenüber Überschwemmungen zu verbessern, indem innovative und wirksamere Methoden zur Verringerung des Katastrophenrisikos auf lokaler, nationaler und

internationaler Ebene gefunden werden.

Der besondere Fokus auf Überschwemmungen wurde gewählt, da diese weltweit mehr Menschen betreffen als jede andere Art von Naturkatastrophen und somit für einige der grössten wirtschaftlichen, sozialen, humanitären und versicherungstechnischen Verluste verantwortlich sind. Es wird erwartet, dass die Auswirkungen von Überschwemmungen noch zunehmen, einerseits aufgrund natürlicher Faktoren, wie der Zunahme extremer Regenfälle und dem steigenden Meeresspiegel, andererseits aufgrund menschlicher Faktoren, wie dem Bevölkerungswachstum und der Anzahl von Wohnhäusern und Unternehmen in überschwemmungsgefährdeten Gebieten.

Unserer Ansicht nach wird im Verhältnis zu aktiver Nothilfe und Wiederaufbau zu wenig zur Prävention möglicher Überschwemmungsfolgen unternommen. Mit Erfahrung und langjähriger Fachkenntnis in Risikomanagement und Versicherungsbelangen, kann Zurich dazu beitragen, diese Lücke zu schliessen.

Das Programm wird darauf fokussieren, Wissen und Erfahrungswerte zum Aufbau von



Oben: Im tief liegenden Bangladesch kommt es jedes Jahr zu Überschwemmungen, insbesondere während der Monsunzeit.

Unten und rechts: Die Z Zurich Foundation unterstützt das Programm für Überschwemmungssicherheit von Practical Action im Bezirk Sirajganj, Bangladesch.





Weltweite Unterstützung für Gemeinschaften

Widerstandsfähigkeit gegenüber Überschwemmungen zu entwickeln und zu verbreiten. Es wird durch langfristige, strategische Partnerschaften mit gemeinnützigen Organisationen vor Ort Wirkung erzielt und erforscht, welchen Beitrag Versicherungen in Bezug auf das Überschwemmungsrisiko leisten können. Das Programm nutzt ausserdem innovative Partnerschaften mit dem öffentlichen Sektor, Nichtregierungsorganisationen sowie Organisationen aus dem privaten Sektor und dem akademischen Bereich.

Eingebettet in das Geschäftssegment der Schadenversicherung (General Insurance), profitiert das Programm vom Fachwissen von Zurich im Versicherungsbereich und bezüglich globaler Risiken. Unsere Partnerschaft mit der Internationalen Föderation der Rotkreuz- und Rothalbmondgesellschaften (IFRC) wird uns dabei helfen, eine bedeutende Unterstützung für Gemeinschaften zu leisten, die von Überschwemmungen bedroht sind. Gemeinsam mit der IFRC möchten wir diese Partnerschaft zu einem Modell entwickeln, das weltweit repliziert werden kann. Die Z Zurich Foundation wird in den fünf Jahren bis 2017 bis zu CHF 21 Mio. in die Partnerschaft investieren. Mitarbeitende von Zurich mit relevanten Fähigkeiten werden ausserdem im Durchschnitt 500 Arbeitstage im Jahr der Partnerschaft widmen.

Fallstudie: Unser Partner Practical Action in Bangladesch

Ein hervorragendes Beispiel dafür, wie wir uns bereits für den Aufbau widerstandsfähiger Gemeinschaften gegenüber Überschwemmungen engagieren, ist das Projekt «From Vulnerability

to Resilience: Household Preparedness» in Bangladesch. Die Z Zurich Foundation ist die exklusive Förderin dieses Projekts der gemeinnützigen Entwicklungsorganisation Practical Action.

Dieses Fünfjahresprojekt, das sich nun in seinem vorletzten Jahr befindet, arbeitet direkt mit 2'000 sehr armen Haushalten und indirekt mit weiteren 6'000 Familien zusammen. Ziel ist es, die Widerstandsfähigkeit dieser Gemeinschaften gegen Katastrophen zu erhöhen, indem sie mit den notwendigen Fähigkeiten, Kenntnissen und Technologien ausgestattet werden, mit denen sie ihre Risiken besser kontrollieren können, und indem dafür gesorgt wird, dass diese Menschen in der Lage sind, ausreichend Nahrungsmittel für das gesamte Jahr anzubauen. Die Vorbereitung auf mögliche Überschwemmungskatastrophen steht im Mittelpunkt der Bemühungen.

Lokale Organisationen spielen eine zentrale Rolle bei der Umsetzung des Projekts, das durch qualifizierte Freiwillige unterstützt wird. In den alle zwei Wochen stattfindenden Projektsitzungen werden unterschiedliche Angelegenheiten besprochen, wie zum Beispiel Katastrophenvorbereitungspläne, Frühwarnsysteme und Möglichkeiten, um die Existenzgrundlage der Menschen zu verbessern und ihre Ernte zu schützen. Die qualifizierten Freiwilligen erweitern in ihren Gemeinden das Bewusstsein für die Vorteile von Frühwarnsystemen in der Katastrophenvorbereitung, indem sie regelmässige praktische Übungen veranstalten.

In der Folge erhielten etwa 95% der Menschen in der Umgebung frühzeitige Warnungen und waren vorbereitet, als das Hoch-



Mitglieder des Projektteams von Zurich und Practical Action sprechen mit Einheimischen in Thakurpara, Belkuchi, Bangladesch.

wasser im Sommer 2012 auftrat. Freiwillige retteten Menschen und deren Habseligkeiten mithilfe von Evakuierungsbooten und brachten sie in höher gelegene Gebiete.

Qualifizierte Freiwillige überwachten die Wasserstände mithilfe von Messfühlern an verschiedenen Punkten in Überschwemmungszonen. Mindestens 300 Häuser und 100 Hektar Felder wurden vor dem Hochwasser geschützt und kein Vieh oder sonstiger Besitz ging verloren.

Zu den weiteren Höhepunkten des Projekts im Jahr 2012 gehörte die engere Zusammenarbeit zwischen 200 qualifizierten Freiwilligen und staatlichen Stellen. Dies verstärkte die Verbindung der Einsatzpersonen mit den lokalen Stellen für Katastrophenmanagement und ermöglicht es den Freiwilligen, die Interessen ihrer Dörfer zu vertreten und wichtige Verbesserungen zu fördern.

Zu den Notfallmassnahmen gehören erhöhte Sockel für die Häuser, um diese sicher über Wasser zu halten, und die Bereitstellung von sauberem Trinkwasser und sanitären Einrichtungen.

Brunnen wurden gebohrt, um über nachhaltige Quellen von Frischwasser zum Trinken, Kochen, Baden und Waschen zu verfügen. Die Familien werden in verbesserten Methoden für den Gemüseanbau und den Tierschutz geschult, so dass sie auch bei Überschwemmungen weiter Gemüse anbauen und Vieh und Geflügel halten und damit für erheblich mehr Nahrungsmittel sorgen können.

Die landwirtschaftlichen Programme haben die Familieneinkommen und den Lebensstandard, insbesondere in Überschwemmungsperioden, erhöht. Als Folge davon hat sich die Migration von Männern, die in der Regenzeit Arbeit suchen, um 80% verringert.

Lokale Organisationen werden gestärkt und mit neuen Ressourcen ausgestattet, darunter auch Büros, die als Gemeindezentren genutzt werden können. Es bleibt zwar noch viel zu tun, doch beginnt dieses Projekt bereits Früchte zu tragen: Vier der lokalen Organisationen haben inzwischen eine offizielle Anerkennung erhalten und sind nun innerhalb des staatlichen Systems eingetragen.



Global Community Week: 7'000 Mitarbeitende von Zurich engagieren sich aktiv

Die erste Global Community Week, die Zurich im April 2012 veranstaltete, gab unseren Mitarbeitenden weltweit die Möglichkeit, sich in ihrer lokalen Gemeinschaft zu engagieren. Mehr als 7'000 Mitarbeitende folgten dem Aufruf und nahmen an mehr als 278 Freiwilligeneinsätzen teil.

In einem der zahlreichen Beispiele aus der ganzen Welt meldeten sich beispielsweise 56 Mitarbeitende aus der Abteilung Legal and Compliance, um zusammen mit Pro Natura, der grössten privaten gemeinnützigen Organisation für Naturschutz in der Schweiz, Wälder zu säubern. Jason Schupp, Group Compliance Officer, erklärt: «Die Gruppe ging motiviert ans Werk, da uns der Vertreter von Pro Natura genau erklärt hatte, warum unsere Arbeit so wichtig ist. Eine freie Fläche sorgt dafür, dass einheimische Pflanzenarten besser wachsen können. Und die von uns angelegten Haufen aus Holz bieten den kleinen Waldtieren einen sicheren Lebensraum.»

Freiwilligeneinsatz von Mitarbeitenden: Arbeit für das Rote Kreuz

Wir sind der Ansicht, dass Freiwilligeneinsätze unserer Mitarbeiter in Gemeinschaften und Nichtregierungsorganisationen durch das Einbringen fachlicher Kompetenzen positiv zur Entwicklung unserer Mitarbeitenden beiträgt. Gleichzeitig lässt sich dadurch mehr erreichen als durch das einfache Spenden von Geldmitteln. Ein Beispiel sind unsere fertigkeitbasierten Freiwilligeneinsätze beim Internationalen Komitee vom Roten Kreuz (IKRK), die unsere Bereitstellung von Mitteln ergänzen.

Zurich ist ein Gründungsmitglied der ICRC Corporate Support Group und unterstützt das IKRK in seiner Mission zum Schutz des Lebens und der Menschenwürde der Opfer von Kriegen und Gewalt sowie der Förderung humanitärer Gesetze und Prinzipien.

Diese Beziehung erstreckt sich auch auf die Zusammenarbeit in praktischen Bereichen von gemeinsamem Interesse wie dem Austausch von Erfahrungen und noch direkter durch das aktive Engagement in fertigkeitbasierter Freiwilligenarbeit der Mitarbeitenden von Zurich. In diesem Zusammenhang arbeiten beispielsweise Experten aus der internen Revisionsabteilung für das IKRK, um dieses beim Management seines Geschäfts zu unterstützen sowie Abläufe und Effektivität zu verbessern. Dies trägt zum Aufbau einer produktiven Beziehung zum IKRK bei und kommt beiden Organisationen zugute.



Im Rahmen unserer Unterstützung für das IKRK (Rotes Kreuz) helfen Freiwillige von Zurich mit ihrer Fachkenntnis bei der Durchführung interner Prüfungen beim IKRK.

Unsere Leistung

Durch die Umsetzung ihrer Strategie und die Konzentration auf das Kerngeschäft Versicherungen konnte die Gruppe starkes Wachstum erzielen und die zugrunde liegende Rentabilität verbessern.

Kennzahlen der Gruppe (ungeprüft)

in Millionen USD, für die per 31. Dezember abgeschlossenen Geschäftsjahre, sofern nicht anders ausgewiesen	2012	2011 ¹	Veränderung ²
Business Operating Profit	4'075	4'243	(4%)
Den Aktionären zurechenbarer Reingewinn, nach Steuern	3'878	3'750	3%
General Insurance – Bruttoprämien und Policengebühren	35'610	34'572	3%
Global Life – Bruttoprämien, Policengebühren und Beiträge mit Anlagecharakter	30'259	27'711	9%
Farmers Management Services – Managementgebühren und verbundene Erträge	2'846	2'767	3%
Farmers Re – Bruttoprämien und Policengebühren	4'361	3'529	24%
General Insurance – Business Operating Profit	2'097	2'247	(7%)
General Insurance – Schaden-Kosten-Satz (Combined Ratio)	98,4%	98,9%	0,5 pts
Global Life – Business Operating Profit	1'338	1'353	(1%)
Global Life – Jahresprämienäquivalent aus Neugeschäft (APE)	4'030³	3'992	1%
Global Life – Gewinnmarge aus Neugeschäft, nach Steuern (in % des APE)	22,1%³	24,5%	(2,5 pts)
Global Life – Wert des Neugeschäfts, nach Steuern	890³	980	(9%)
Farmers – Business Operating Profit	1'414	1'486	(5%)
Farmers Management Services – Bruttomanagementergebnis	1'378	1'333	3%
Farmers Management Services – Marge aus den verdienten Bruttoprämien, die von der Gruppe verwaltet werden	7,3%⁴	7,3%	–
Durchschnittliche Kapitalanlagen der Gruppe	203'192	196'788	3%
Ergebnis aus Kapitalanlagen der Gruppe, netto	8'911	9'367	(5%)
Anlagerendite aus Kapitalanlagen der Gruppe, netto ⁵	4,4%	4,8%	(0,4 pts)
Gesamtrendite aus Kapitalanlagen der Gruppe (einschliesslich unrealisierter Gewinne und Verluste) ⁵	7,0%	5,3%	1,7 pts
Den Aktionären zurechenbares Eigenkapital	34'494	31'484	10%
Swiss Solvency Test Quotient ⁶	178%	183%	(5 pts)
Verwässerter Gewinn je Aktie (in CHF)	24.66	22.52	10%
Buchwert je Aktie (in CHF)	214.79	202.17	6%
Den Aktionären zurechenbare Eigenkapitalrendite ohne Vorzugspapiere (ROE)	11,8%	11,9%	(0,2 pts)
Den Aktionären zurechenbare Eigenkapitalrendite ohne Vorzugspapiere, basierend auf dem Business Operating Profit nach Steuern (BOPAT ROE)	9,3%	10,2%	(0,9 pts)

¹ 31. Dezember 2011 wurde angepasst (Restatement) wie in der Anhangsangabe 1 der Consolidated Financial Statements dargestellt.

² Zahlen in Klammern stellen eine negative Veränderung dar.

³ Ohne Berücksichtigung des von Banco Santander S.A. übernommenen Versicherungsgeschäfts (Zurich Santander) oder der Übernahme von Zurich Insurance Malaysia Berhad (ZIMB).

⁴ Berechnet auf Basis von verdienten Bruttoprämien von USD 18,8 Mrd. bei den Farmers Exchanges, wobei die Rückerstattung von Prämien in Höhe von USD 74 Mio. infolge eines erwarteten Vergleichs in einem Rechtsstreit im Bundesstaat Texas nicht enthalten ist.

⁵ Basierend auf den durchschnittlichen Kapitalanlagen der Gruppe berechnet.

⁶ Kennzahlen per 1. Januar 2012 und 1. Juli 2012 werden auf Basis des internen Modells der Gruppe berechnet. Dieses unterliegt der Prüfung und Genehmigung der Schweizer Finanzmarktaufsicht (FINMA).

Die SST-Solvenzquote per 1. Januar 2012 wurde nach der Prüfung des SST-Jahresberichts durch die FINMA angepasst.

Operative Highlights

- Zurich Santander und Zurich Insurance Malaysia Berhad trugen zum Prämienwachstum der Segmente Schadenversicherung und Lebensversicherung bei
- Die Gruppe baute Vertriebsvereinbarungen mit Banken aus, durch Allianzen im Nahen Osten, in Italien, Spanien und Indonesien
- Die Farmers Exchanges¹ setzen in den USA ihre Expansion nach Osten fort und verstärken ihr Netzwerk aus exklusiven Agenten

Zurich erzielte solide Ergebnisse und generierte einen starken Cashflow; gleichzeitig hielt sie ihre starke Kapitalposition aufrecht. Dies erlaubt es dem Verwaltungsrat, eine attraktive Dividende von CHF 17.00 pro Aktie vorzuschlagen; damit bringt er auch das nachhaltige Engagement der Gruppe zur Schaffung von Shareholder Value zum Ausdruck.

Durch die Umsetzung ihrer Strategie und die Konzentration auf das Kerngeschäft Versicherungen konnte die Gruppe starkes Wachstum erzielen und die zugrunde liegende Rentabilität verbessern. Dies ist entscheidend für die Kompensation der niedrigeren Kapitalerträge, hervorgerufen durch das allgemein niedrige Zinsniveau.

Die verbesserte zugrunde liegende Rentabilität war auf Beiträge der Segmente Lebensversicherung (Global Life) und Farmers sowie auf die starke Performance im Underwriting des Segments Schadenversicherung (General Insurance) zurückzuführen. Insgesamt war das Ergebnis des Segments Schadenversicherung von überdurch-

schnittlich hohen Gross- und Katastrophenschäden und wetterbedingten Schäden betroffen, darunter auch die Schäden von Sturm Sandy. Zudem ergab die Überprüfung unserer Geschäfte in Deutschland einen Korrekturbedarf, der ebenfalls einen negativen Einfluss auf das Ergebnis hatte.

Der Betriebsgewinn (Business Operating Profit) ging um USD 169 Mio. bzw. 4% auf USD 4,1 Mrd. zurück.

Der Reingewinn stieg um USD 128 Mio. bzw. 3% auf USD 3,9 Mrd.

Das Geschäftsvolumen aller Kerngeschäftssegmente, bestehend aus Bruttoprämien, Policengebühren, Beiträge mit Anlagecharakter und Managementgebühren, erhöhte sich um USD 4,5 Mrd. bzw. 7% in US-Dollar auf USD 73,1 Mrd.

Die Ende 2011 erfolgten strategischen Akquisitionen sind nun in die Gruppe integriert, darunter Zurich Santander, welche USD 5,2 Mrd. zum Wachstum der Bruttoprämien und Beiträge mit Anlagecharakter sowie USD 165 Mio. zum Betriebsgewinn beitrug.

USD 4,1 Mrd.

Betriebsgewinn (Business Operating Profit)
(2011: USD 4,2 Mrd.)

USD 3,9 Mrd.

Den Aktionären zurechenbarer Reingewinn, nach Steuern
(2011: USD 3,8 Mrd.)

7,0%

Gesamtrendite aus Kapitalanlagen der Gruppe (einschliesslich unrealisierter Gewinne und Verluste)
(2011: 5,3%)

USD 34,5 Mrd.

Den Aktionären zurechenbares Eigenkapital
(2011: 31,4 Mrd.)

¹ Sämtliche Verweise auf «Farmers Exchanges» beziehen sich auf Farmers Insurance Exchange, Fire Insurance Exchange, Truck Insurance Exchange sowie deren Tochtergesellschaften und verbundenen Unternehmen. Die drei Exchanges sind genossenschaftlich organisierte Versicherungen mit Sitz in Kalifornien. Sie sind Eigentum ihrer Versicherungsnehmer und stehen unter der Oberleitung ihrer Boards of Governors.

Unsere Leistung

Die Eigenkapitalrendite (ROE) sank von 11,9% auf 11,8%, was in erster Linie auf die Erhöhung des den Aktionären zurechenbaren Eigenkapitals zurückzuführen war. Die auf dem Betriebsgewinn nach Steuern basierende annualisierte Eigenkapitalrendite (BOPAT ROE) von 9,3% ging um 0,9 Prozentpunkte zurück.

Der verwässerte Gewinn je Aktie stieg für das per 31. Dezember 2012 abgeschlossene Geschäftsjahr um 10% auf CHF 24.66 – verglichen mit CHF 22.52 für 2011. Der Anstieg des verwässerten Gewinns je Aktie um 10% im Vergleich zur Steigerung des den Aktionären zurechenbaren Gewinns um 3% war auf Währungsumrechnungseffekte zurückzuführen, da der US-Dollar gegenüber dem Schweizer Franken 2012 durchschnittlich stärker notierte als 2011.

Die Kapitalanlagen der Gruppe erhöhten sich seit dem 31. Dezember 2011 um USD 11,0 Mrd. bzw. 6% auf USD 208,7 Mrd. Zurich verfolgt weiterhin eine disziplinierte Strategie im Asset-Liability-Management und verringert Risiken, die keine ausreichende Rendite liefern. Die Qualität der Kapitalanlagen der Gruppe bleibt hoch. Investment-Grade-Papiere machen weiterhin 98% unserer verzinslichen Wertpapiere aus.

Kapitalkraft und Solvabilität der Gruppe sind weiterhin stark, nicht zuletzt dank dem ausgeprägten Fokus auf Risikomanagement bei den Anlage- und Underwriting-Strategien. Das den Aktionären zurechenbare Eigenkapital erhöhte sich seit dem 31. Dezember 2011 unter Berücksichtigung des Aufwands von USD 2,8 Mrd. für

die im April 2012 bezahlten Dividenden um USD 3 Mrd. auf USD 34,5 Mrd.

Der Swiss Solvency Test (SST) ist seit 1. Januar 2011 vollumfänglich in Kraft und obligatorisch. Gemäss SST muss die Gruppe ein unternehmensspezifisches internes Modell zur Berechnung von Risiko- und Zielkapital anwenden und zweimal jährlich entsprechende Ergebnisse vorlegen. Per 1. Juli 2012 meldete die Gruppe auf Konzernbasis eine Solvenzquote von 178%, verglichen mit 183% per 1. Januar 2012. Das interne Modell unterliegt weiterhin der Prüfung und Genehmigung durch die FINMA.

General Insurance

Der Betriebsgewinn des Segments Schadenversicherung sank um USD 150 Mio. bzw. 7% auf USD 2,1 Mrd., was auf einen Rückgang der Kapitalerträge zurückzuführen ist; teilweise konnte dieser durch das verbesserte versicherungstechnische Ergebnis für eigene Rechnung kompensiert werden.

Das versicherungstechnische Ergebnis profitierte von einem verbesserten zugrunde liegenden Schadensatz, was jedoch teilweise kompensiert wurde: Zum einen durch eine weniger günstige Reserveentwicklung für Vorjahresschäden, was im Wesentlichen auf die Reserveerhöhungen in Deutschland für Sparten mit langer Abwicklungsdauer zurückzuführen ist. Zum anderen verzeichneten wir 2012 höhere Provisionsaufwendungen, da sich der Produktmix verschob hin zu Sparten mit höheren Provisionsätzen.



Die Kapitalkraft und Solvabilität der Gruppe bleiben stark und werden durch fortgesetzten Fokus auf Risikomanagement unterstützt.»

11,8%

Den Aktionären zurechenbare Eigenkapitalrendite ohne Vorzugspapiere (ROE)

2012

9,3%

Den Aktionären zurechenbare Eigenkapitalrendite ohne Vorzugspapiere, basierend auf dem Betriebsgewinn nach Steuern (BOPAT ROE)

2012

Die Bruttoprämien und Policengebühren im Segment Schadenversicherung stiegen vor allem aufgrund von Prämien erhöhungen um USD 1,0 Mrd. bzw. 3% auf USD 35,6 Mrd. Das Unternehmen konzentrierte sich weiterhin auf selektives und profitables Wachstum und konnte so das in allen Regionen günstige Prämienumfeld zur Erzielung einer durchschnittlichen Prämiensteigerung von 4% nutzen.

Im gesättigten nordamerikanischen Markt war weiterhin ein Prämienwachstum zu verzeichnen, das zum Teil auf Prämienanpassungen für Vorjahre zurückzuführen war, hierbei werden rückwirkend die ursprünglichen Schätzungen der versicherten Risiken den tatsächlichen Werten angepasst. Darüber hinaus haben sich sowohl die Kundenbindung als auch das Neugeschäft verbessert.

Im Bereich International Markets trugen – zusätzlich zum organischen Wachstum aus dem bestehenden Geschäft – Zurich Santander und Zurich Insurance Malaysia Berhad (ZIMB) zum Prämienwachstum bei. In Europa bleiben die Prämienvolumen infolge des Wirtschaftsumfelds in allen bedeutenden Märkten sowie aufgrund von Bemühungen zur Verbesserung des Gewinns in ausgewählten Portfolios wie beispielsweise dem Privatkundengeschäft im Bereich Motorfahrzeuge unter Druck.

Global Life

Der Betriebsgewinn des Segments Lebensversicherung blieb mit USD 1,3 Mrd. praktisch unverändert. Zurich Santander erzielte einen positiven Ergebnisbeitrag von USD 105 Mio. (ohne Minder-

heitsanteile und Auszahlungskosten). Dieser wurde durch einen Rückgang des Betriebsgewinns aus Europa, der in erster Linie durch einmalige Aufwendungen in Deutschland verursacht war, zum Großteil aufgehoben.

Andere Ertragsquellen blieben insgesamt weitgehend unverändert, wobei verbesserten Risiko- und Kostenmargen aufgrund der Geschäftsverlagerung hin zu Vorsorgeschutz- und fondsgebundenen Produkten ein Rückgang der Anlagemarge infolge niedriger Anlagerenditen gegenüberstand.

Die Bruttoprämien, Policengebühren und Beiträge mit Anlagecharakter im Segment Lebensversicherung erhöhten sich um USD 2,5 Mrd. bzw. 9% auf USD 30,3 Mrd., was in erster Linie auf den Beitrag von Zurich Santander sowie höhere Volumina bei den Produkten mit Einmalprämien von Corporate Life & Pensions und Private Client Banking Solutions zurückzuführen war. Rückläufig war das Geschäftsvolumen in Spanien, wo der Produktemix sich weiterhin weg von Sparprodukten hin zum rentableren Vorsorgeschutzgeschäft verlagerte.

Farmers

Der Betriebsgewinn von Farmers sank um USD 72 Mio. bzw. 5% auf USD 1,4 Mrd., was primär auf einen versicherungstechnischen Verlust bei Farmers Re zurückzuführen ist.

Dank höheren verdienten Prämien bei den Farmers Exchanges stieg der Betriebsgewinn von Farmers Management Services um USD 71 Mio. bzw. 5% auf USD 1,4 Mrd. Für die Farmers

Exchanges erbringt die Farmers Group, Inc., eine 100-prozentige Tochtergesellschaft von Zurich, Managementdienstleistungen, ohne diese jedoch zu besitzen.

Der Betriebsgewinn von Farmers Re verschlechterte sich um USD 142 Mio. auf einen Verlust von USD 26 Mio. Im Vergleich zu 2011 blieb die günstige Entwicklung von in früheren Jahren gebildeten Rückstellungen aus und die wetterbedingten Schäden blieben im historischen Vergleich sehr hoch. Der zugrunde liegende Schadensatz verzeichnete im Jahresvergleich eine Verbesserung.

Die Managementgebühren und damit verbundenen Erträge der Farmers Management Services stiegen um USD 79 Mio. bzw. 3% auf USD 2,8 Mrd., in erster Linie dank einer Zunahme der verdienten Bruttoprämien um 3% bei den Farmers Exchanges.

Die Zunahme der Bruttoprämien bei Farmers Re um 24% auf USD 4,4 Mrd. spiegelte die Erhöhung der Anteilsquote im All-Lines-Rückversicherungsvertrag mit den Farmers Exchanges (All-Lines-Vertrag) sowie das Wachstum der verbuchten Bruttoprämien bei den Farmers Exchanges.

Diese erhöhten sich um USD 637 Mio. bzw. 3% auf USD 18,9 Mrd. Dazu beigetragen haben in erster Linie die in allen Sparten zur Verbesserung der Rentabilität weitergeführten Prämien erhöhungen, die gleichzeitig zu einem kleinen Rückgang der Anzahl Policen führten.



Zurich verfolgt weiterhin eine disziplinierte Strategie im Asset-Liability-Management und verringert Risiken, die keine ausreichende Rendite liefern.»



Weitere Informationen finden Sie online im Geschäftsbericht 2012. Dieser enthält ausführliche Informationen zur finanziellen Performance von Zurich, zu ihrer Struktur, zu den Exekutivorganen, zum Risikomanagement, zur Corporate Governance sowie zu den Vergütungen.

Kontakt

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an die zuständige Kontaktstelle oder besuchen Sie unsere Webseite unter www.zurich.com.

PDF-Dateien und interaktive Versionen unseres Geschäftsberichts finden Sie unter www.zurich.com/investors.



Geschäftsentwicklung 2012
Der Bericht Geschäftsentwicklung enthält Informationen zu Zurich's Geschäft, Strategie und Performance im Jahr 2012. Er ist auf Englisch, Deutsch und Französisch erhältlich.



Geschäftsbericht 2012
Der Geschäftsbericht enthält ausführliche Informationen zur finanziellen Performance von Zurich, zu ihrer Struktur, zu den Exekutivorganen, zum Risikomanagement, zur Corporate Governance sowie zu den Vergütungen im Jahr 2012. Er ist auf Englisch, Deutsch und Französisch erhältlich (der Abschnitt Finanzen ist nur in englischer Sprache erhältlich).

Probieren Sie unsere neue iPad-App für Investoren und Medien aus. Sie ist auf www.zurich.com erhältlich.



Sitz
Zurich Insurance Group AG
Mythenquai 2
8002 Zürich, Schweiz

Media Relations
Zurich Insurance Group AG,
Schweiz
Telefon: +41 (0)44 625 21 00
E-mail: media@zurich.com

Investor Relations
Zurich Insurance Group AG,
Schweiz
Telefon: +41 (0)44 625 22 99
E-mail: investor.relations@zurich.com

Aktienregister
Zurich Insurance Group AG,
Schweiz
Telefon: +41 (0)44 625 22 55
E-mail: shareholder.services@zurich.com
www.zurich.com/investors/shareholderinformation/

Corporate Responsibility
Zurich Insurance Group AG,
Schweiz
Telefon: +41 (0)44 625 24 04
E-mail: corporate.responsibility@zurich.com

Wertpapiere Aktionärsdepot
Zurich Insurance Group AG
Custody Accounts
c/o SIX SAG AG
Postfach, 4601 Olten, Schweiz
Telefon: +41 (0)58 399 61 45
Fax: +41 (0)58 499 61 91

American Depositary Receipts (ADRs)
Zurich Insurance Group AG verfügt über ein ADR-Programm mit The Bank of New York Mellon (BNY). Nähere Auskünfte zu einem ADR-Konto erteilt der Shareowner Service von BNY Mellon in den USA unter +1-888-BNY-ADRS, ausserhalb der USA unter +1-201-680-6825, oder via E-Mail an shrrelations@bnymellon.com. Allgemeine Informationen zum ADR-Programm des Unternehmens sind bei The Bank of New York Mellon unter www.adrbnymellon.com erhältlich.

Disclaimer & Cautionary Statement

Diese Publikation enthält gewisse zukunftsgerichtete Aussagen, die u. a. Voraussagen von zukunftsgerichteten Ereignissen, Trends, Massnahmen oder Zielen der Zurich Insurance Group AG oder Zurich Insurance Group (die Gruppe) beschreiben. Zukunftsgerichtete Aussagen enthalten Meinungen zur angestrebten Gewinnentwicklung, zur Eigenkapitalrendite, zu Kosten, zu Preisbedingungen, zur Dividendenpolitik, zu den Ergebnissen in den Bereichen Underwriting und Schadenbearbeitung sowie Aussagen bezüglich des Verständnisses der Gruppe über die allgemeine Wirtschaftslage, die Finanz- und Versicherungsmärkte und die zu erwartenden Entwicklungen. Solche zukunftsgerichteten Aussagen sind mit der gebotenen Vorsicht zur Kenntnis zu nehmen, da sie naturgemäss bekannte und unbekannt Risiken beinhalten, Unsicherheiten bergen und von anderen Faktoren beeinträchtigt werden können. Dies könnte dazu führen, dass die Ergebnisse sowie die Pläne und Ziele von Zurich Insurance Group AG oder der Gruppe deutlich (von früheren Ergebnissen oder) von denjenigen abweichen, die explizit oder implizit in diesen zukunftsgerichteten Aussagen beschrieben werden. Faktoren wie (i) die allgemeine Wirtschaftslage und Wettbewerbsfaktoren, insbesondere in Schlüsselmärkten; (ii) die Risiken des globalen Wirtschaftsabschwungs; (iii) die Performance der Finanzmärkte; (iv) Zinshöhe und Wechselkurse; (v) Häufigkeit, Schwere und Entwicklung von Versicherungsschäden; (vi) Sterblichkeit und Erkrankungshäufigkeit; (vii) Policen-Erneuerungen und Storno-Raten; und (viii) veränderte gesetzliche und regulatorische Bedingungen und veränderte Richtlinien der Aufsichtsbehörden können das Ergebnis von Zurich Insurance Group AG und der Gruppe sowie die Erreichung der Ziele unmittelbar beeinflussen. Zurich Insurance Group AG ist nicht verpflichtet, diese zukunftsgerichteten Aussagen zu aktualisieren oder zu revidieren, um neuen Informationen, künftigen Ereignissen oder Umständen etc. Rechnung zu tragen.

Sämtliche Verweise auf «Farmers Exchanges» beziehen sich auf Farmers Insurance Exchange, Fire Insurance Exchange, Truck Insurance Exchange sowie deren Tochtergesellschaften und verbundenen Unternehmen. Die drei Exchanges sind genossenschaftlich organisierte Versicherungen mit Sitz in Kalifornien. Sie sind Eigentum ihrer Versicherungsnehmer und stehen unter der Oberleitung ihrer Boards of Governors. Farmers Group, Inc. und ihre Tochtergesellschaften sind Bevollmächtigte der Farmers Exchanges und erbringen in dieser Funktion bestimmte nicht-schadenabwicklungsbezogene administrative und Managementdienstleistungen für die Farmers Exchanges. Weder Farmers Group, Inc. noch ihre Muttergesellschaften Zürich Versicherungs-Gesellschaft AG und Zurich Insurance Group AG sind an den Farmers Exchanges beteiligt. Finanzinformationen zu den Farmers Exchanges sind Eigentum der Farmers Exchanges, werden aber zur Verfügung gestellt, um ein besseres Verständnis für die Leistung von Farmers Group, Inc. und Farmers Reinsurance Company zu vermitteln.

Zurich weist darauf hin, dass die Wertentwicklung in der Vergangenheit nicht aussagekräftig bezüglich zukünftiger Ergebnisse ist.

Personen, die hinsichtlich einer Anlage im Zweifel sind, sollten sich an einen unabhängigen Finanzberater wenden.

Die vorliegende Mitteilung ist weder ein Angebot noch eine Aufforderung zum Verkauf oder Kauf von Wertpapieren.

THIS COMMUNICATION DOES NOT CONTAIN AN OFFER OF SECURITIES FOR SALE IN THE UNITED STATES; SECURITIES MAY NOT BE OFFERED OR SOLD IN THE UNITED STATES ABSENT REGISTRATION OR EXEMPTION FROM REGISTRATION, AND ANY PUBLIC OFFERING OF SECURITIES TO BE MADE IN THE UNITED STATES WILL BE MADE BY MEANS OF A PROSPECTUS THAT MAY BE OBTAINED FROM THE ISSUER AND THAT WILL CONTAIN DETAILED INFORMATION ABOUT THE COMPANY AND MANAGEMENT, AS WELL AS FINANCIAL STATEMENTS.



Der Bericht Geschäftsentwicklung wird auf Englisch, Deutsch und Französisch publiziert. Sollte die deutsche oder französische Übersetzung gegenüber dem englischen Originaltext abweichen, ist die englische Version verbindlich.

Gestaltung: Addison, www.addison.co.uk

Alle Fotografien von Elisabeth Real, ausser auf S. 2, 11, 18 (Bild unten) und 23 (Bild links).

Publishingsystem: ns.publish von Multimedia Solutions AG, www.mmsag.ch

Übersetzung: 24translate GmbH, St. Gallen, Schweiz

Gedruckt auf Heaven 42, ein umweltfreundliches Papier aus einer Mischung aus Zellstoff ohne Einsatz von Elementarchlor und chlorfreiem Zellstoff, der aus nachhaltig bewirtschafteten und nach den Richtlinien des Forest Stewardship Council® (FSC) zertifizierten Wäldern stammt.



ClimatePartner[®]
klimateutral

Druck | ID: 53232-1301-1010

Klimaneutral gedruckt mit ClimatePartner unter Verwendung von grünem Strom Ende Februar 2013 durch Neidhart + Schön AG, www.nsgroup.ch. Zertifiziert nach ISO 14001.

Zurich Insurance Group

Mythenquai 2
8002 Zürich, Schweiz
Telefon +41 (0) 44 625 25 25
www.zurich.com

48555-1302

