

*Es gilt das gesprochene Wort.*

*Sollte diese deutsche Übersetzung gegenüber dem englischen Originaltext abweichen, ist die englische Version verbindlich.*



## **Ordentliche Generalversammlung – Mittwoch, 3. April 2019** ***Rede Mario Greco, Group Chief Executive Officer***

Sehr geehrte Damen und Herren

Ich heisse Sie zur Generalversammlung 2019 von Zurich willkommen. Vielen Dank für Ihre Teilnahme.

Wie Ihnen der Verwaltungsratspräsident bereits mitgeteilt hat, haben wir gute Resultate erzielt und sind nun sehr gut aufgestellt.

Wir sind stolz darauf, ein Schweizer Unternehmen mit einer globalen Präsenz zu sein:

- Wir verfügen über mehr als 200 Standorte und Agenturen in der Schweiz.
- Jährlich arbeiten wir mit über 5'600 Schweizer Lieferanten zusammen. Bei diesen erwerben wir Produkte und Dienstleistungen im Wert von 850 Millionen Schweizer Franken.
- Wir beschäftigen direkt und indirekt über 6'500 Mitarbeitende in der Schweiz, einschliesslich unserem Agenturpersonal.
- Wir betreuen 1,4 Millionen Schweizer Kunden, die uns täglich vertrauen, dass wir sie schützen.
- Vor allem aber bringen wir Mehrwert in das Leben von Menschen.

Um das zu veranschaulichen, möchte ich Ihnen Vito vorstellen. Vito ist ein Kunde von Zurich Schweiz, der einen ganz spezifischen Wunsch hatte. Indem wir seine Erwartungen erfüllten, hinterliessen wir einen bleibenden Eindruck bei ihm.

Ich glaube sogar, Vito ist hier. Vito, darf ich Sie bitten, kurz aufzustehen?

Vielen Dank Vito für diese grossartige Geste und dass Sie heute bei uns sind.

Meine Damen und Herren, während meinen restlichen Ausführungen möchte ich Ihnen Einblicke geben, wie und weshalb wir Fortschritte erzielen.

Lassen Sie uns zunächst unsere finanzielle Performance betrachten.

Wir sind auf gutem Weg, um alle für den Dreijahreszyklus angestrebten Finanzziele für den Zeitraum von 2017 bis 2019 zu erreichen und in einigen Fällen sogar zu übertreffen.

- Wir liegen über unserem Eigenkapitalrenditeziel (BOPAT ROE) von 12%.
- Bei den Nettokostensenkungen in Höhe von 1,5 Milliarden US-Dollar liegen wir im Zeitplan.
- Wir verfügen über eine starke Kapitalisierung und liegen über dem angestrebten Z-ECM-Zielbereich von 100-120%.
- Wir verfügen über hohe Liquidität und sind auf bestem Weg, unsere angestrebten Mittelzuflüsse in Höhe von über 9,5 Milliarden US-Dollar im definierten Zeitraum zu übertreffen.

2018 war kein einfaches Jahr. Neben einer Vielzahl von Naturkatastrophen war auch die Lage am Finanzmarkt herausfordernd. Um unsere Ziele fortlaufend zu erreichen, mussten wir die Widerstandsfähigkeit, die technische Exzellenz und die Kompetenzen, für die Zurich bekannt ist, voll ausschöpfen.

- In unserem Geschäftsbereich Schaden- und Unfallversicherung (P&C) konnten wir den Schaden-Kosten-Satz verbessern. Zudem wurde die Rentabilität um 35 Prozent erhöht, was über dem Resultat vieler unserer Konkurrenten liegt.
- In unserem Lebensversicherungsgeschäft erzielten wir eine Rentabilitätssteigerung von 23 Prozent.
- Farmers Exchanges, die im Besitz ihrer Versicherungsnehmer sind, verzeichneten in allen Geschäftsbereichen eine positive Wachstumsentwicklung.

- Diese ausgezeichneten Ergebnisse steigerten den Betriebsgewinn um 20 Prozent auf 4,6 Milliarden US-Dollar.

Dank dieser Performance, meine Damen und Herren, ist Zurich in der Lage, um für Sie, unsere Aktionärinnen und Aktionäre, eine noch bessere Rendite zu erzielen. Aufgrund unserer guten Leistung und Zuversicht, dass wir diese auch in Zukunft erbringen werden, schlagen wir eine Dividende von 19 Schweizer Franken vor.

Im Vergleich zu unserer Branche und anderen Schweizer Unternehmen bietet Zurich ihren Aktionären somit eine der höchsten Dividenden.

Das bedeutet auch, dass Zurich eine der höchsten Aktionärsrenditen innerhalb unserer Branche hat. Seit März 2016 betrug die Aktionärsrendite 80 Prozent.

Dank robuster Renditen und grossem Anlegervertrauen wurden wir in diesem Jahr zum wertvollsten Schweizer Finanzunternehmen nach Marktkapitalisierung.

Meine Damen und Herren, Treiber für dieses starke Finanzergebnis sind tiefer liegende Fortschritte. Ein tiefgehendes Verständnis dafür, was unsere Kunden von uns erwarten, und diese Erwartungen auf neue und ansprechende Weise zu antizipieren.

Der erste Schritt dabei ist, die Kundenzufriedenheit zu messen und Verbesserungen herbeizuführen, indem wir unseren Kunden zuhören.

Wir haben diesbezüglich in der gesamten Organisation den Net Promoter Score eingeführt. Dieser hilft uns dabei, aus den Millionen von Kundenkontakten wertvolle Schlussfolgerungen zu ziehen. Um diese Wirkung zu verstärken, nehmen wir abschliessend erneut Kontakt mit den Kunden auf und schliessen so den Kreislauf. Alle Mitarbeitenden setzen diese Vorgehensweise aktiv um – auch auf Führungsebene.

Zuzuhören und auf Anliegen zu reagieren hilft uns dabei, die drastischen Änderungen nachzuvollziehen, die hinsichtlich der Möglichkeiten und Wünsche unserer Kunden erfolgen.

- Die Kunden nutzen Technologien, um die Beziehung mit dem Versicherer selber in die Hände zu nehmen. Dies hat in unserer Branche einen tiefgreifenden Wandel ausgelöst.
- Die Kunden vereinfachen ihren Alltag durch Ökosysteme – Netzwerke von Unternehmen, Produkte und Dienstleistungen mit gemeinsamen Werten und Eigenschaften.
- Ihre Kaufentscheidungen basieren zunehmend auf Vertrauen, Erfahrung und Werten.

Meine Damen und Herren, wir treiben Veränderungen bei Zurich voran, um die Bedürfnisse und Erwartungen unserer Kunden zu erfüllen.

Diese Transformation baut auf unserer starken Position als wahrhaft globaler Versicherer auf. Wir verstehen die Komplexität und die Vielfalt der Globalisierung und managen diese wie kein anderes Unternehmen in unserer Branche.

In ausgewählten Märkten können wir gezielt Wachstum und Grösseneffekte erzielen. Dabei nutzen wir unsere Präsenz als globaler Versicherer, während wir als lokale Versicherungsgesellschaft agieren. Wir sprechen die Sprache unserer Kunden vor Ort und stellen ihnen Kanäle zur Verfügung, die ihnen vertraut sind.

Als Beispiel möchte ich diesbezüglich Indonesien anführen. Vor kurzem kündigten wir die Übernahme des bedeutenden, landesweit tätigen Versicherers Adira an. Wir gingen zudem eine Vertriebsvereinbarung mit der Bank Danamon ein. Dies macht Zurich zum grössten ausländischen Sach- und Unfallversicherer in einem der wachstumsstärksten Länder der Welt. Die Übernahme vereint etablierte indonesische Marken mit Zurichs internationaler Expertise und ihren Kompetenzen in den Bereichen Underwriting und Risk Management.

In den USA bedienen Farmers Exchanges Kunden in allen 50 Bundesstaaten. Sie haben in vielerlei Hinsicht bereits erreicht, was wir anstreben:

- Noch vor 90 Jahren versicherten Farmers landwirtschaftliche Fahrzeuge. Heute bedienen sie über 10 Millionen Haushalte in den USA mit über 19 Millionen Versicherungsverträgen.
- Sie pflegen enge Beziehungen zu ihren Kunden. Die Kunden vertrauen auf Farmers und deren kompetente Unterstützung, auch bei Katastrophen wie den Flächenbränden in Kalifornien im letzten Jahr.
- Zudem entwickeln sie ständig Innovationen, um ihre Kunden noch besser zu bedienen. Vor kurzem lancierten sie Toggle. Dabei handelt es sich um eine Online-Versicherung für Mieter. Die verwendete Technologie ermöglicht Anpassungen an Veränderungen, die das Leben von Kunden bestimmen.

Meine Damen und Herren, während Zurich den Ausbau auf lokaler Ebene vorantreibt, wird unser Serviceangebot auf globaler Ebene in wichtigen Ökosystemen erweitert.

Nehmen wir Reisedienstleistungen als Beispiel. Wir alle reisen und sind auf diese Dienstleistungen angewiesen. Wir haben unseren Geschäftsbereich Cover-More für Reiseassistance weitgehend globalisiert. Ferner erbringen wir Dienstleistungen in anderen Ökosystemen wie Smart Homes, Mobilität und Cyber-Sicherheit.

Diese Kombination von Serviceleistungen auf lokaler und globaler Ebene ermöglicht es Zurich flexibel zu agieren. Das ist die Art und Weise, wie wir Mehrwert in das Leben von Menschen bringen.

Meine Damen und Herren, wir machen stetig Fortschritte und schauen zuversichtlich in die Zukunft.

Um jedoch weiterhin erfolgreich zu sein, müssen wir uns auch auf zwei weitere Bereiche konzentrieren: unsere Mitarbeitenden und die Nachhaltigkeit.

Zunächst zu unseren Mitarbeitenden.

Deren Engagement ist einzigartig und für unsere Kunden gehen sie häufig bis zum Äussersten. Wie zum Beispiel eine Underwriting-Angestellte, die 200 Kilometer bis zu

einer Baustelle in der Arktis zurücklegte. Oder eine nordamerikanische Risikoexpertin, die in Industriekessel steigt, um deren Sicherheit zu prüfen. Ein weiteres Beispiel ist eine Schadenexpertin in Mexiko, die mit ihrem Zurich Motorrad unter gefährlichen Bedingungen zu Kunden fährt, um Ihnen bei Verkehrsunfällen zu helfen. Unsere Mitarbeitenden gehen auf eine ganz neue Art zielstrebig vor. Sie sind flexibler und proaktiver und fördern die Zusammenarbeit.

Das zeigt sich zum Beispiel an unserer Mitarbeitenden-Initiative „Make the Difference“. Einige der talentiertesten Mitarbeitenden erarbeiten gemeinsam Lösungen, die Mehrwert für Kollegen und Kunden generieren.

Die Talente, Kompetenzen und das Engagement unserer Mitarbeitenden sind für unser Unternehmen zentral. Daher fördern wir eine Unternehmenskultur, die Talente anzieht und bindet und ihnen Entwicklungsmöglichkeiten bietet.

Ich bin sehr stolz darauf, dass Organisationen wie Bloomberg, Forbes, Stonewall und EDGE Zurich im Bereich Diversität und Inklusion ausgezeichnet haben. Wir werden verstärkt als Arbeitgeber erster Wahl betrachtet.

Meine Damen und Herren, wir haben in der gesamten Organisation einen gemeinsamen, dynamischen Führungsstil verinnerlicht. Dieser wird uns helfen, in der heutigen sich schnell verändernden Welt erfolgreich zu bestehen und unseren Kundenservice einheitlich und konsistent zu erbringen.

Meine Damen und Herren, mit unseren Leistungen liefern wir Ihnen, unseren Aktionärinnen und Aktionären, nachhaltigen Mehrwert.

Um jedoch die Bedeutung von Nachhaltigkeit in der heutigen Welt umzusetzen, müssen wir Mehrwert für alle unsere Anspruchsgruppen erzeugen.

Wir müssen Kunden, Mitarbeitende und unsere Gemeinschaften dabei unterstützen, einige ihrer grössten Herausforderungen zu bewältigen.

Herausforderungen wie zum Beispiel zukünftige Arbeitsweisen. Technologien bringen Veränderungen mit sich. Wir können nicht allen unseren Mitarbeitenden eine

Anstellung auf Lebenszeit zusichern. Wir können ihnen aber dabei helfen, Fähigkeiten zu entwickeln, damit sie zuversichtlich in ihre Zukunft schauen können.

Dieses Engagement weiten wir auch auf die Schweizer Bevölkerung aus. 2018 haben wir:

- Kinder in Computer-Programmierung und allgemeinem Finanzwissen unterrichtet.
- Über 250 Lernenden die Möglichkeit gegeben, ihre Berufskarriere zu starten.
- Mit Studenten an Institutionen wie der ETH und der Universität Zurich gearbeitet, um uns bei der Lösung realer versicherungstechnischer Problemstellungen zu helfen.
- Auf der ganzen Welt Gemeinschaften angeboten, auf die Kompetenzen unserer Z Zurich Foundation zuzugreifen.

Insgesamt wird dieser Fokus Unternehmen jeder Grösse dabei helfen, sich die benötigten digitalen Fähigkeiten zu sichern.

Ein weiteres Fokusthema ist der Klimawandel. Auch hier ist Zurich bestrebt, Mehrwert für alle unsere Anspruchsgruppen zu schaffen:

- Wir arbeiten mit Kunden an der Stärkung ihrer Widerstandsfähigkeit. Zudem unterstützen wir sie beim Übergang in eine kohlenstoffarme Wirtschaft.
- Unsere Impact Investments zielen darauf ab, jährlich 5 Millionen Tonnen CO<sub>2</sub> zu verhindern und das Leben von 5 Millionen Menschen zu verbessern.
- Unser preisgekrönter kollaborativer Ansatz zur Erhöhung der Widerstandsfähigkeit gegen Überschwemmungen wurde kürzlich ausgeweitet. In dessen Rahmen werden 110 einkommensschwache Gemeinschaften weltweit unterstützt.
- Unser neues Bürogebäude in Zürich, welches sich derzeit im Bau befindet, werden führenden Umweltstandards und den Zielen der 2000 Watt Gesellschaft der Stadt Zürich entsprechen.

Unsere Kinder und Enkelkinder erwarten von uns, dass wir sie besser vor diesen Risiken schützen. Sie demonstrierten jüngst zu Hunderttausenden unter der Leitung junger Wortführer und Wortführerinnen wie zum Beispiel Greta Thunberg. Wir müssen ihnen dringend zuhören und auf ihre Forderungen eingehen. Das liegt nicht alleine in der Verantwortung der Politik. Auch Unternehmen müssen Lösungen finden – auf individueller Ebene und in Zusammenarbeit mit anderen.

Bei Zurich wollen wir neue Wege finden, wie wir etwas für die Menschen bewegen können – als Risikoträger, Risikoberater, Investor und als Arbeitgeber.

[...]

#### **Abschliessende Bemerkungen**

Meine Damen und Herren, Zurich hat fundamentale Fortschritte erzielt. Wir können alle sehr stolz darauf sein.

- Unsere finanzielle Performance ist solide und nachhaltig.
- Wir haben die Transformation von Zurich zu mehr Kundenorientiertheit deutlich vorangetrieben.
- Wir werden vom Engagement und den Talenten unserer Mitarbeitenden angetrieben.
- Wir erhöhen unseren Nutzen für die Gesellschaft – in der Schweiz und weltweit.
- Wir werden ihnen auch in Zukunft zeigen, dass ihr Vertrauen und ihre Treue in uns gerechtfertigt sind.

Vielen Dank! Ich freue mich auf die Erfolge, die wir im 2019 und darüber hinaus erzielen werden.