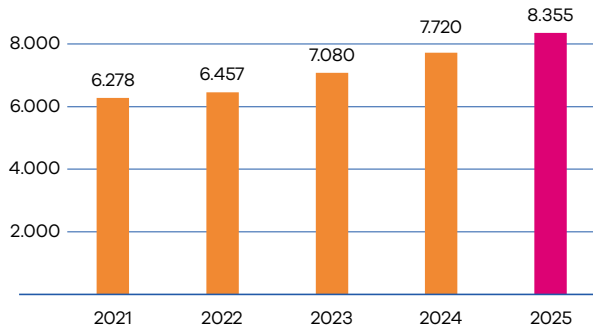


UNIQA Group auf einen Blick

Konzernkennzahlen Angaben in Millionen Euro	2025	2024	Veränderung
Verrechnete Prämien ¹⁾	8.354,7	7.719,9	+ 8,2 %
• davon Schaden- und Unfallversicherung	5.044,7	4.587,0	+ 10,0 %
• davon Krankenversicherung	1.609,5	1.514,5	+ 6,3 %
• davon Lebensversicherung	1.700,4	1.618,4	+ 5,1 %
Verrechnete Prämien UNIQA Österreich ¹⁾	4.702,9	4.488,3	+ 4,8 %
Verrechnete Prämien UNIQA International ¹⁾	3.353,8	3.054,8	+ 9,8 %
Versicherungstechnische Erträge	7.115,5	6.557,2	+ 8,5 %
• davon Schaden- und Unfallversicherung	4.774,6	4.421,8	+ 8,0 %
• davon Krankenversicherung	1.449,8	1.355,8	+ 6,9 %
• davon Lebensversicherung	891,1	779,6	+ 14,3 %
Versicherungstechnische Aufwendungen	- 6.280,6	- 5.900,4	+ 6,4 %
• davon Schaden- und Unfallversicherung	- 4.257,6	- 4.029,8	+ 5,7 %
• davon Krankenversicherung	- 1.333,9	- 1.255,2	+ 6,3 %
• davon Lebensversicherung	- 689,0	- 615,4	+ 12,0 %
Versicherungstechnisches Ergebnis der Rückversicherung	- 124,2	- 96,3	+ 29,0 %
Versicherungstechnisches Ergebnis	710,8	560,5	+ 26,8 %
• davon Schaden- und Unfallversicherung	396,3	306,2	+ 29,4 %
• davon Krankenversicherung	114,8	99,8	+ 15,1 %
• davon Lebensversicherung	199,7	154,5	+ 29,2 %
Verwaltungskostenquote	15,3 %	15,9 %	-
Combined Ratio (netto nach Rückversicherung)	91,7 %	93,1 %	-
Finanzergebnis	209,4	210,2	- 0,4 %
• davon Kapitalanlageergebnis	798,8	749,7	+ 6,5 %
Nicht versicherungstechnisches Ergebnis	- 325,9	- 254,5	+ 28,1 %
Operatives Ergebnis	594,2	516,2	+ 15,1 %
Ergebnis vor Steuern	516,4	441,9	+ 16,9 %
Periodenergebnis aus fortgeführten Geschäftsbereichen	423,3	348,2	+ 21,6 %
Periodenergebnis aus aufgegebenen Geschäftsbereichen (nach Steuern)	0,0	2,3	-
Periodenergebnis	423,3	350,5	+ 20,8 %
Konzernergebnis	424,8	347,6	+ 22,2 %
Return on Equity	14,3 %	12,4 %	-
Kapitalanlagen	21.063,6	20.725,5	+ 1,6 %
Eigenkapital	3.063,8	2.889,7	+ 6,0 %
Eigenkapital inklusive Anteile ohne beherrschenden Einfluss	3.164,8	2.941,4	+ 7,6 %
Bilanzsumme	29.047,9	28.532,1	+ 1,8 %
Durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter:innen (FTE)	14.959	15.131	- 1,1 %

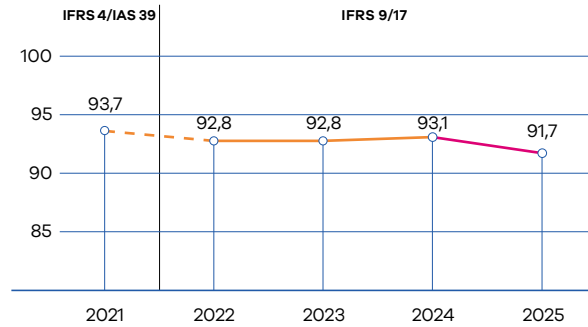
¹⁾ Inklusive der Sparanteile der fonds- und der indexgebundenen Lebensversicherung (Zahlen gemäß lokaler Rechnungslegung)

Verrechnete Prämien
in Millionen Euro



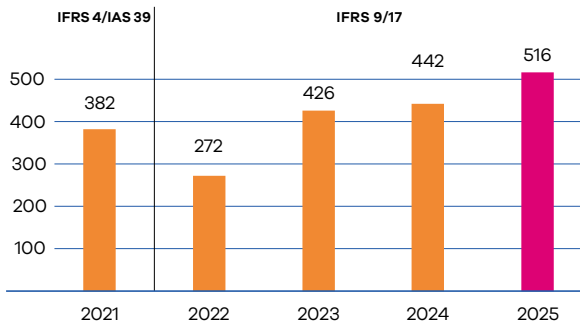
Inklusive Sparanteile der fonds- und der indexgebundenen Lebensversicherung

Combined Ratio¹⁾
in Prozent

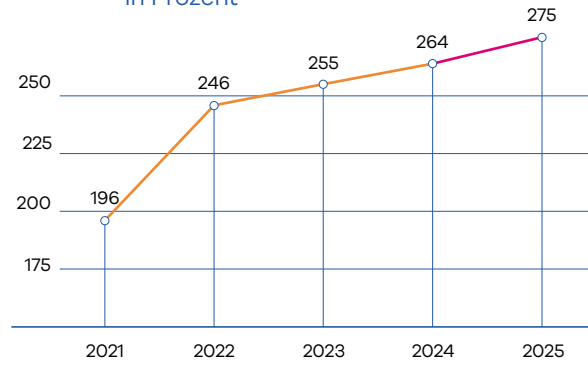


¹⁾ Netto nach Rückversicherung

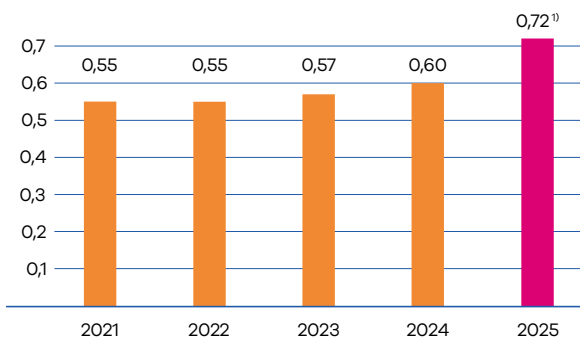
Ergebnis vor Steuern
in Millionen Euro



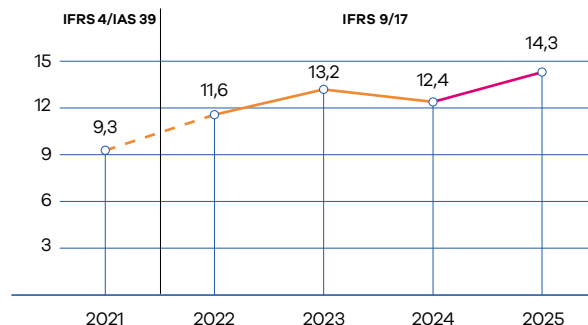
Regulatorische Solvenzquote
in Prozent



Dividende je Aktie
in Euro



Return on Equity
in Prozent

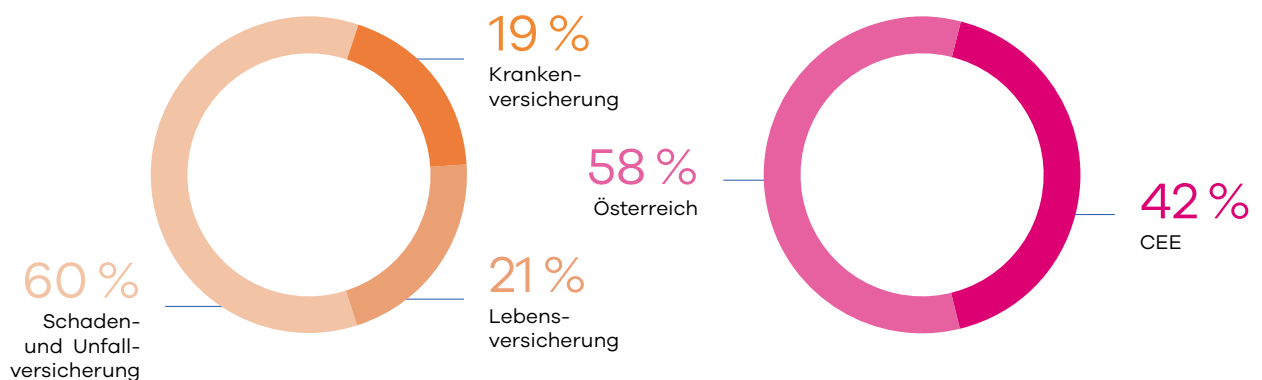


¹⁾ Vorschlag an die Hauptversammlung

Die UNIQA Group ist eine der führenden Versicherungsgesellschaften in ihren beiden Kernmärkten Österreich sowie Zentral- und Osteuropa (CEE). Mehr als 21.000 Mitarbeiter:innen und exklusive Vertriebspartner:innen betreuen in 14 Ländern mehr als 18 Millionen Kund:innen. In Österreich ist UNIQA mit einem Marktanteil von rund 21 Prozent die zweitgrößte Versicherungsgruppe. In der Wachstumsregion CEE ist UNIQA in elf Märkten zu Hause: Bosnien und Herzegowina, Bulgarien, Kroatien, Montenegro, Polen, Rumänien, Serbien, der Slowakei, Tschechien, der Ukraine und Ungarn. Darüber hinaus zählen auch Versicherungen in der Schweiz und Liechtenstein zur UNIQA Group.

Ausgewogenes Portfolio ...

... in den Kernmärkten Österreich und CEE



Prämienverteilung

Highlights 2025	2
Brief des CEO	8
35 Jahre an der Wiener Börse	12
Unternehmen	14
Märkte	16
Geschäftsbereiche und Produkte	22
Mitarbeiter:innen	26
Group Executive Board	32
Strategie	34
UNIQA 3.0 – Growing Impact: Ahead of Plan	36
Kundinnen	42
ESG: Konsequenz unterwegs Richtung Netto-Null	46
Movie: Das „Ökosystem Gesundheit“ von UNIQA wächst	52
Kapitalmarkt	60
Marktumfeld	62
UNIQA Aktie	64
UNIQA Anleihen	68
Corporate Governance	70
Konsolidierter Corporate-Governance-Bericht	73
Bericht des Aufsichtsrats	87
Performance 2025	92
Konzernlagebericht	95
Performance	95
Konsolidierte nichtfinanzielle Erklärung	112
Konzernabschluss	221
Erläuterungen zum Konzernabschluss	227
Risikobericht	329
Bestätigungsvermerk	347
Service	358
Glossar	358
Impressum	364

Growing Impact

Europa-Bashing ist en vogue. Aber Europa mit seinen 450 Millionen Einwohner:innen und 16 Billionen Euro an Wirtschaftsleistung wird eines Tages kein globales Leichtgewicht mehr sein.

Dann, wenn wir eine Kapitalmarktunion haben, die Europas Einwohner:innen durch funktionierende Kapitalmärkte dabei helfen wird, ihre Ersparnisse in Unternehmen mit Zukunft zu investieren – und nicht bloß in unproduktiven Spareinlagen schlummern zu lassen, die sich billionenfach unterhalb der Inflationsrate gebildet haben und an Wert verlieren. Dann, wenn wir dadurch unsere Pensions- und Gesundheitssysteme nachhaltig sichern.

Dann, wenn wir einen eigenen Super-Stromhighway und eine digitale Infrastruktur als Nervensystem einer funktionierenden, wirklich grenzüberschreitenden Wirtschaft ohne bürokratische Raubritter haben, geschützt von einer modernen europäischen Verteidigungsstruktur.

Dann, wenn alle wieder (schmerzhaft) gelernt haben, dass Leistung möglichst vieler die Grundvoraussetzung für Wohlstand und Wachstum ist.

UNIQA ist in jenem Teil dieses Europa tätig, dessen Wirtschaft und dessen Versicherungsmärkte derzeit am schnellsten wachsen und in dem rund 150 Millionen Menschen leben. Eine große Chance für unser künftiges Wachstum, ein großes Potenzial für unsere Aktie. Mit UNIQA gemeinsam besser leben – auch als unsere Aktionärin und unser Aktionär!

Highlights 2025

UNIQA Group



Standard & Poor's hebt Ratings an

Im November 2025 erhöhte die internationale Ratingagentur Standard & Poor's (S&P) das Rating der UNIQA Österreich Versicherungen AG, der Rückversicherungsgesellschaft UNIQA Re AG in Zürich und der UNIQA Towarzystwo Ubezpieczeń S.A. in Polen auf „A+“. Zusätzlich verbesserte S&P das langfristige Emittentenrating der UNIQA Insurance Group AG von „A-“ auf „A“. Der Ausblick für alle Gesellschaften bleibt stabil. Die Bewertung stützt sich auf unsere durchgehend starke und widerstandsfähige operative Performance, unsere robuste Kapitalausstattung sowie unsere breitere Umsatz- und Ergebnisdiversifikation. Zusätzlich strich S&P unsere kontinuierliche Weiterentwicklung hervor, die sich nach der 2020 erfolgten Übernahme der AXA-Gesellschaften in CEE noch weiter intensiviert hat.

Strategie-Update „UNIQA 3.0 – Growing Impact“: Finanzielle Ziele angehoben

Im Rahmen eines Kapitalmarkt-Updates in Wien und London konnten wir Ende November 2025, knapp ein Jahr nach der Präsentation unserer neuen Strategie „UNIQA 3.0 – Growing Impact“, positive Zwischenbilanz ziehen: Dank unserer starken Performance und hoher Kosten- und Kapitaldisziplin haben wir unsere Ziele für das erste Jahr teils deutlich übertroffen. Als Konsequenz daraus haben wir unsere finanziellen Ambitionen angehoben und peilen nun bis 2028 ein durchschnittliches jährliches Prämienwachstum von 6 Prozent an. Das Ergebnis nach Steuern soll – bei einer Combined Ratio (Schaden-Kosten-Quote) von höchstens 93 Prozent – um mindestens 7 Prozent jährlich weiter steigen. Der Return on Equity soll stabil über 13 Prozent liegen. Gleichzeitig bekennen wir uns zu einer progressiven Dividendenstrategie mit einer Ausschüttungsquote von 50 bis 60 Prozent und steigenden Dividenden.

Stärkung der Klimastrategie: Offizielle PCAF-Mitgliedschaft

Im Juni 2025 trat die UNIQA Group der internationalen Klimainitiative Partnership for Carbon Accounting Financials (PCAF) bei. Als offizielles Mitglied verpflichten wir uns, die Treibhausgasemissionen aus unseren Finanzierungs-, Investitions- und Underwriting-Aktivitäten transparent nach einheitlichen wissenschaftsbasierten Standards zu erfassen und offenzulegen. Die PCAF-Mitgliedschaft stärkt unsere ESG-Strategie und ergänzt unseren Transformationsplan, mit dem wir Netto-Null in Österreich bis 2040 und konzernweit bis 2050 anstreben. Zudem können wir durch die Anwendung der international anerkannten Standards einen messbaren Beitrag zur Verwirklichung der Pariser Klimaziele leisten, die Steuerung klimabezogener Risiken verbessern und die Vergleichbarkeit der Treibhausgasemissionen innerhalb der Branche stärken.

Vollmitgliedschaft im CRO Forum

Anfang des Jahres 2025 wurde die UNIQA Group nach langjähriger Mitarbeit als Vollmitglied in das internationale CRO Forum aufgenommen, eine Vereinigung großer internationaler Versicherungsgesellschaften, die sich mit Fragen des Risikomanagements auseinandersetzt. Damit können wir unsere Expertise noch besser in den internationalen Austausch unserer Branche einbringen und regulatorische sowie fachliche Entwicklungen in Europa mitgestalten. Im Besonderen gilt dies für den Bereich Naturkatastrophen und Klimarisiken, in dem wir dank der Fachkompetenz unseres NatCat Competence Centers zu einer Weiterentwicklung der Risikomanagementpraxis der Versicherungsbranche insgesamt beitragen können.



Als für Group Risk Management verantwortliches Vorstandsmittglied vertritt Kurt Svoboda die UNIQA Group im internationalen CRO Forum.

Externe Anerkennung für unsere ESG-Strategie

Zwei aktuelle Ratings bestätigten im abgelaufenen Jahr unseren nachhaltigen Kurs: Im ESG-Performance-Ranking 2025 der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PwC Österreich erwies sich UNIQA als Branchensiegerin unter Österreichs Versicherungen. Und beim renommierten Klima-Rating der internationalen Non-Profit-Organisation Carbon Disclosure Project erreichten wir mit „A-“ ein signifikant höheres Ergebnis als bisher. Beide Ratings stützen sich auf unsere klare Netto-Null-Strategie und damit unseren Ausstieg aus fossilen Energieträgern und die Ausweitung unserer grünen Geschäftsaktivitäten. Schon jetzt haben wir rund 2,5 Milliarden Euro nachhaltig investiert, fördern klimafreundliche Technologien und stärken über unser 2024 gegründetes Tochterunternehmen UNIQA Sustainable Business Solutions das Management von Klimarisiken.



Highlights 2025 Österreich



Landesdirektor Josef Pöchtrager, Peter Humer und Landes-
hauptmann Wilfried Haslauer bei der Eröffnung der neuen
Landesdirektion Salzburg

Neue Landesdirektionen in Salzburg und Tirol

Nach umfassender Sanierung und Modernisierung konnten wir im März 2025 zwei unserer Landesdirektionen feierlich neu eröffnen: Die beim Europark gelegene Landesdirektion Salzburg bietet unseren Kund:innen mit dem UNIQA ProfitCenter Salzburg Stadt flexible Beratungsmöglichkeiten sowie eine integrierte Kfz-Zulassungsstelle. In der Landesdirektion Tirol in Innsbruck entstanden auf drei Ebenen moderne Arbeitsplätze, ein Schulungszentrum sowie Begegnungs- und Arbeitsräume. Beide Standorte stärken unsere regionale Präsenz in den Bundesländern und schaffen eine Umgebung, in der Beratung und Betreuung auf höchstem Niveau stattfinden können, nicht zuletzt dank hoher Nachhaltigkeits- und Barrierefreiheitsstandards.



Landesdirektor Johannes Rumpl und Projektberaterin Vera Enzi freuen sich über den internationalen WGIN Award 2025 für die Fassadenbegrünung der steirischen Landesdirektion in der Grazer Annenstraße.

Fassadenbegrünung in Graz gewinnt WGIN Award

Die Begrünung der rund 800 m² großen Fassade der UNIQA Landesdirektion Steiermark in Graz gewann den renommierten, vom World Green Infrastructure Network verliehenen WGIN Award 2025 und wurde damit als internationales Vorzeigeprojekt ausgezeichnet. Das Projekt gilt als skalierbares Vorzeigebispiel für klimaresiliente, biodiversitätsfördernde und sozial wirksame grüne Infrastruktur in dicht bebauten Innenstädten. Die bereits 2019 umgesetzte Begrünung verbessert Mikroklima und Energiebilanz und stärkt die Artenvielfalt. Die Auszeichnung unterstreicht unser konsequentes Engagement für Nachhaltigkeit und den klaren Kurs in Richtung Netto-Null-Emissionen.



Guido Friesacher, Christian Voith, Peter Humer und Jörg Brickwedel durften im Rahmen der AssCompact Awards 2025 mehrere Auszeichnungen entgegennehmen.

AssCompact Award 2025: UNIQA punktet mehrfach

Im Rahmen des jährlichen AssCompact Trendtags wurde UNIQA im Oktober 2025 erneut mehrfach ausgezeichnet: Neben dem 1. Platz in der Kategorie „Unfallversicherung“ für unser neues, für seine hohe Flexibilität gelobtes Produkt durften wir uns in den Kategorien „Krankenversicherung“ sowie „Bester Service für Vermittler“ jeweils über Silber freuen. Positiv hervorgehoben wurden hier der ganzheitliche Ansatz unseres Gesundheits-Start-ups Mavie, unsere starke regionale Präsenz sowie unsere digitalen Angebote. Den 3. Platz belegten wir schließlich in der Kategorie „Fondsgebundene Lebensversicherung“ – nicht zuletzt aufgrund der breiten Diversifizierung und Flexibilität unseres Produkts. Die Auszeichnungen beruhen durchwegs auf unabhängigen Maklerbewertungen.

Neue Produkte: Kundenbedürfnisse im Fokus

Das Beständigste am menschlichen Leben ist der Wandel. Unsere Antwort darauf sind innovative, flexible Versicherungslösungen. Seit September 2025 können unsere Kund:innen beispielsweise ihre Privatarzt-Versicherung individuell an Lebensphasen und Budgets anpassen: „Privatarzt neu“ ermöglicht eine planbare, selbstbestimmte Gesundheitsvorsorge, die kostenlos und jederzeit ohne Gesundheitsprüfung modifiziert werden kann. Neue Zusatzbausteine erlauben zudem Familien, jungen Menschen und Bestagern eine stark personalisierte Absicherung. Auch in der Kfz-Versicherung bieten wir seit April 2025 modular aufgebaute und individuell kombinierbare Zusatzoptionen. Damit können unsere Kund:innen sowohl ihre Haftpflicht- als auch ihre Kaskoversicherung mit neuen Produktbausteinen noch präziser auf ihre persönlichen Bedürfnisse abstimmen.



Highlights 2025

CEE

Beschleunigtes Wachstum in CEE: Strategische Expansion und regionale Synergien

UNIQA verstärkt die Wachstumsdynamik in CEE und stärkt ihre Position in der dynamischsten Versicherungsregion der Welt. Mit einem Prämienplus von 10 Prozent auf 3,4 Milliarden Euro im Jahr 2025 haben wir unsere starke Marktposition weiter ausgebaut. Fast 80 Prozent unserer Kund:innen und 42 Prozent der Prämien stammen bereits aus CEE. Besonders erfolgreich entwickelt sich dabei die Region SEE6 mit über 500 Millionen Euro Prämien und 2,5 Millionen Kund:innen. Sie profitiert dabei von enger Zusammenarbeit über Landesgrenzen hinweg, kultureller Transformation und gemeinsamen Plattformen. Mit starken Partnerschaften, digitaler Innovation und klaren Wachstumszielen treiben wir die Entwicklung in allen unseren Märkten in CEE weiter voran.

Gemeinsam stark: UNIQA zeigt Solidarität für die Ukraine

Einmal mehr haben wir 2025 unsere uneingeschränkte Solidarität mit der Ukraine bekräftigt. Seit Kriegsbeginn leisten wir Unterstützung für unsere rund 840 Mitarbeiter:innen und deren Familien, aber auch darüber hinaus. Insgesamt haben wir für Hilfsgüter und Spenden bereits rund 6 Millionen Euro aufgewendet. Trotz der herausfordernden Rahmenbedingungen bleibt UNIQA Ukraine voll handlungsfähig und bietet mehr als einer Million Kund:innen zuverlässigen Versicherungsschutz. Das anhaltende Engagement unserer Mitarbeiter:innen unterstreicht die Verantwortung unserer Gruppe, Sicherheit, Stabilität und Unterstützung zu gewährleisten – auch in Zukunft.

Mavie Work: Akquisitionen erhöhen CEE-Präsenz massiv

Mit der Übernahme von Assessment Systems, einem führenden Anbieter für Persönlichkeitsdiagnostik zur Talente- und Führungskräfteentwicklung, hat Mavie Work, Teil unserer ganzheitlichen Gesundheitsmarke Mavie, ihre Präsenz in CEE sowie ihr Leistungsportfolio im August 2025 massiv ausgebaut. Dank der Akquisition werden die Services von Mavie Work neben Österreich und Deutschland nun auch in Tschechien, der Slowakei, Ungarn, Polen, Kroatien und Serbien angeboten. Mavie Work ist damit heute die führende Anbieterin von ganzheitlicher betrieblicher Gesundheit in CEE. Kurz vor Jahresende 2025 gab Mavie Next zudem die Übernahme eines Mehrheitsanteils von 70 Prozent am tschechischen Gesundheitsdienstleister uLekare.cz bekannt, der führenden digitalen Gesundheitsplattform in Tschechien, der Slowakei und Ungarn. Mehr als 270 Unternehmenskund:innen mit über 150.000 Mitarbeiter:innen nutzen die digitale Plattform von uLekare.cz, die digitale und physische Gesundheitsversorgung nahtlos miteinander verbindet.



Wolfgang Kindl und Vinzenz Benedikt, Head of Group Finance, gemeinsam mit Teimour Bagirov, Aufsichtspräsident von UNIQA Ukraine, anlässlich eines Besuchs in Kiew im Dezember 2025



UNIQA als offizieller Versicherungspartner der European Water Polo Championship 2026

UNIQA begleitet die European Water Polo Championship der Männer 2026 in Belgrad als offizieller Versicherungspartner und sorgt für umfassenden Schutz von Athleten, Organisatoren, Volunteers, Zuschauer:innen und der Veranstaltungsarena. Das Turnier mit 16 Top-Nationalteams – darunter viele aus UNIQA Märkten wie Kroatien, Ungarn, Montenegro, Rumänien, Serbien und der Slowakei – bietet eine starke Bühne für unsere Marke. Durch verlässliche Absicherung schafft UNIQA jene Rahmenbedingungen, die Spitzenleistungen und faire Wettkämpfe ermöglichen. Die Partnerschaft bringt unsere Markenwerte authentisch zum Leben und stärkt unsere Präsenz in der gesamten SEE-Region.

UNIQA SEE: Zusammenarbeit als Wachstumsmotor

Die Region SEE6 entwickelt sich mit über 2,5 Millionen Kund:innen und hohen Zufriedenheitsraten zu einem zentralen Wachstumstreiber für UNIQA. Bei den SEE Regional Days in Tivat wurde deutlich, wie stark die Region von echter, länderübergreifender Zusammenarbeit profitiert. Seit 2022 arbeiten Teams aus sechs Ländern gemeinsam an IT-Lösungen, neuen Produkten und digitalen Services – von Telemedizin in Kroatien, Serbien, Montenegro und Bosnien und Herzegowina bis hin zu innovativen Angeboten wie MedUNIQA in Bulgarien oder dem digitalen Assistenten ANA in Rumänien. Mit dem neuen myUNIQA Portal startet zudem eine einheitliche Customer Journey in der Region. Ergänzt wird das Wachstum durch soziale Verantwortung: Die UNIQA SEE FUTURE Foundation fördert junge Talente in Sport, Kultur und Nachhaltigkeit.

UNIQA Sustainable: Expansion nach Ungarn und Rumänien stärkt regionale Führungsrollen

Ein Jahr nach dem Start baut UNIQA Sustainable ihre Präsenz deutlich aus: Seit 1. Juli 2025 ist das Unternehmen auch in Ungarn aktiv, zusätzlich wurde die neue SEE-Division gestartet – mit Rumänien als regionalem Hub für alle unsere sechs Märkte in der Region. Damit entwickelt sich UNIQA Sustainable zu einer zentralen Partnerin für Unternehmen, die Klimarisiken und zunehmende Marktkomplexität bewältigen müssen. Mehr als 50 Expert:innen bieten Risikobewertungen, Verlustprävention und Weiterbildung. Ergänzend zu klassischen Versicherungen unterstützen wir unsere Corporate-Kund:innen dadurch mit integrierten Lösungen – von Klimarisikoanalyse bis hin zur Messung des Carbon Footprints. Ziel ist es, die Unternehmen resilienter und nachhaltiger aufzustellen – und die Region langfristig in eine klimafitte Zukunft zu führen.



Nela Belevic, UNIQA Regional Chief Officer für Corporate and Affinity Business in Südosteuropa, auf dem Green Peak Festival in Belgrad, einer internationalen Leitkonferenz zu den Themen Nachhaltigkeit, Klimaschutz und grüne Innovation

Sehr geehrte Damen und Herren,
sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

wir sind ein Team von rund 15.000 Kolleg:innen, die in 14 europäischen Märkten – von der Schweiz und Liechtenstein im Westen bis zur bewundernswerten Ukraine im Osten – für mehr als 18 Millionen Kund:innen als Dienstleister:innen arbeiten. Allein im Jahr 2025 haben sich rund 1.900 neue Kolleg:innen entschieden, ihre berufliche Laufbahn bei UNIQA zu beginnen oder von einem anderen Arbeitgeber zu uns zu wechseln. Wir freuen uns darüber sehr und gratulieren ihnen gleichzeitig herzlich, denn sie haben sich unter 80.000 Bewerber:innen durchgesetzt. Der Engagement Index unserer Mitarbeitenden ist mit 4,1 Sternen (von 5 möglichen) ebenso hoch wie der Zufriedenheitsindex, der gleichfalls bei 4,1 (von 5) Sternen liegt.



Das Leadership-Team von UNIQA im April 2025 am International Institute for Management Development in Lausanne

Diese Attraktivität unserer Marke als Arbeitgeberin strahlt auf die Zufriedenheit unserer Kund:innen mit unseren Produkten und Services aus, die gruppenweit auf dem hohen Wert von 4,6 Sternen (von 5) liegt. All dies resultiert letztlich in einem um rund **17 Prozent gestiegenen Ergebnis vor Steuern von 516 Millionen Euro** (442 Millionen Euro im Vorjahr).

Drei besonders positive Faktoren möchte ich dabei hervorheben:

1. Das Wachstum unserer verrechneten Prämien von 8,2 Prozent, davon 5 Prozent in Österreich und 10 Prozent in unseren internationalen Märkten;
2. das um 27 Prozent auf 711 Millionen Euro deutlich verbesserte versicherungstechnische Ergebnis (560 Millionen Euro im Vorjahr);
3. das stabile Finanzergebnis von 209 Millionen Euro und hier besonders den Anstieg des Kapitalanlageergebnisses um 50 Millionen Euro auf knapp 800 Millionen Euro. Unsere Kapitalanlagen erzielen eine durchschnittliche Verzinsung von 3,2 Prozent (2,9 Prozent per Ende 2024). Dabei haben wir im Jahr 2025 rund 1,9 Milliarden Euro zu einer auf 4,5 Prozent leicht gestiegenen Rendite neu veranlagt.

Wir liegen mit diesem Ergebnis jenseits der im August 2025 prognostizierten, bereits angehobenen Bandbreite von 490 bis 510 Millionen Euro. Und auch **unsere relevanten Kennziffern** haben sich **gegenüber dem Vorjahr nochmals verbessert**: die Combined Ratio (netto) auf 91,7 Prozent, die Kostenquote auf 15,3 Prozent und die operative Contractual Service Margin Sustainability Ratio auf 81,1 Prozent.

Bei einer Steuerquote von 18 Prozent, die um etwa 2 Prozentpunkte unter dem langjährigen Durchschnitt liegt, beläuft sich unser **Nettoertrag auf 425 Millionen Euro** (348 Millionen Euro im Vorjahr), was ein **Wachstum der Earnings per Share (EPS) von rund 22 Prozent auf 1,38 Euro** (1,13 Euro im Vorjahr) sowie einen Return on Equity von 14,3 Prozent bedeutet. Die regulatorische Solvenzquote steigt gegenüber dem Jahresende 2024 um 11 Prozentpunkte auf 275 Prozent.

„Die Attraktivität unserer Marke als Arbeitgeberin strahlt auf die Zufriedenheit unserer Kund:innen mit unseren Produkten und Services aus.“

Wir freuen uns deshalb, der Hauptversammlung am 9. Juni eine um **20 Prozent gesteigerte Dividende von 72 Cent pro Aktie** vorschlagen zu dürfen (60 Cent im Vorjahr). Dieser Betrag entspricht einer Ausschüttungsquote von 52 Prozent und liegt innerhalb des Ihnen versprochenen Zielbands von 50 bis 60 Prozent.

Wie ist dieses erfreuliche Geschäftsjahr 2025 einzuordnen?

2025 war das erste Jahr unseres Strategieprogramms „UNIQA 3.0 – Growing Impact“, das bis 2028 läuft.

Zunächst freut uns die Bestätigung, dass unser gemeinsames **Unternehmen breit diversifiziert** ist – zu erkennen etwa an den gut verteilten Ergebnisbeiträgen vor Steuern des operativen **österreichischen Geschäfts von 236 Millionen Euro** (bereits abzüglich der Dividenden aus den internationalen Gesellschaften), des **internationalen Segments in der Höhe von 246 Millionen Euro** und der **Rückversicherung von 142 Millionen Euro**.

„Die Robustheit unseres Geschäfts hat es uns im Verlauf des Jahres ermöglicht, unsere Ziele nach oben zu revidieren.“

Auch unsere Produktgruppen spiegeln in ihren Ergebnissen vor Steuern diese Diversität wider – **264 Millionen Euro stammen aus der Schaden- und Unfallversicherung**, die mit einem Prämienvolumen von rund 5,1 Milliarden Euro und einer exzellenten Combined Ratio (netto) von 91,7 Prozent im unwetterarmen Jahr 2025 für rund 60 Prozent unseres Portfolios steht. **252 Millionen Euro trägt die Personenversicherung bei**, also die Lebens- und Krankenversicherung, deren Prämienvolumen von etwa 3,3 Milliarden Euro 40 Prozent unseres gesamten Geschäftsvolumens ausmacht. Unsere Contractual Service Margin (CSM), also die Summe der von uns über die Vertragslaufzeiten erwarteten Gewinne, stieg um 11 Prozent auf rund 5,8 Milliarden Euro, während sich gleichzeitig die **operative CSM Sustainability Ratio** wie erwähnt **auf 81,1 Prozent verbessert** hat (77,9 Prozent im Vorjahr).

Dass **Standard & Poor's unsere Ratings im November 2025 angehoben** hat – jene für die UNIQA Österreich Versicherungen AG, für unsere Rückversicherungsgesellschaft UNIQA Re AG in Zürich sowie für unsere polnische Tochtergesellschaft auf A+ sowie jenes für die UNIQA Insurance Group AG auf A– freut uns sehr und ist eine sichtbare Anerkennung unserer Arbeit der letzten Jahre.

Zum anderen haben wir im Verlauf des Jahres 2025 die Erkenntnis gewonnen, dass es uns die Robustheit unseres Geschäfts ermöglicht, **unsere Ziele nach oben zu revidieren**. Wir arbeiten mit viel Energie und Gestaltungswillen konsequent daran, den Schwung aus dem ersten Jahr von „UNIQA 3.0 – Growing Impact“ für die Jahre 2026 bis 2028 mitzunehmen und wollen ...

- 1.) unsere verrechneten Prämien durchschnittlich nicht um 5, sondern um 6 Prozent pro Jahr steigern;
- 2.) die Combined Ratio (netto) konstant nicht nur unter 94, sondern unter 93 Prozent halten;
- 3.) einen nachhaltigen Return on Equity nicht nur von mindestens 12, sondern von mindestens 13 Prozent erwirtschaften sowie
- 4.) das Ergebnis je Aktie (Earnings per Share, EPS) durchschnittlich nicht um mindestens 6, sondern jährlich um mindestens 7 Prozent steigern.

Und dies unverändert bei einer Solvenzquote, die nicht unter 180 Prozent liegen wird und die es uns erlaubt, der Hauptversammlung bei einer unverändert **attraktiven Payout Ratio von 50 bis 60 Prozent eine jährlich steigende Dividende pro Aktie** vorzuschlagen.

Für das bereits laufende Geschäftsjahr, also für 2026, erwarten wir ein steigendes Ergebnis vor Steuern in der Bandbreite von **540 bis 570 Millionen Euro**. Wir rechnen – neben Volatilitäten auf dem Kapitalmarkt als Konsequenz geopolitischer Unsicherheiten und Spannungen – mit einem verlangsamten Wachstum der Versicherungsmärkte in Zentral- und Osteuropa, einem stärkeren Wettbewerb im Corporate-Geschäft und auch wieder mit höheren Belastungen aus Naturkatastrophen als im Jahr 2025.

Hohes Potenzial sehen wir mittelfristig in der **fokussierten Nutzung von künstlicher Intelligenz**, die im Alltag unserer aktuellen und künftigen Kund:innen sehr rasch eine nicht mehr wegzudenkende Funktion einnehmen wird. Sie wird auch die Art des Kaufs von Versicherungen revolutionieren und uns zusätzliche Opportunitäten für Wachstum ermöglichen.

„Wir arbeiten weiterhin mit viel **Freude, Konsequenz und Optimismus** an der **erfolgreichen Weiterentwicklung** unserer gemeinsamen Unternehmensgruppe.“

Wachstum kommt mittelfristig auch aus dem **Geschäftsfeld Gesundheit. Unter dem Markennamen Mavie** bieten wir unsere Dienstleistungen rund um betriebliche Gesundheitsvorsorge, medizinisches Concierge-Service, personalisierte Gesundheitsdiagnostik, Telemedizin und Arbeitsmedizin bereits mehr als 1.000 Unternehmenskund:innen in zehn Ländern an – um acht mehr als noch vor einem Jahr. Hinzu kommen noch die Dienstleistungen unserer Klinikgruppe Mavie Med mit Häusern in Wien, Graz, Salzburg und Wörgl, die in der Bundeshauptstadt gerade 265 Millionen Euro investiert, sowie jene von cura domo, Österreichs größter privater Agentur für 24/7-Betreuung zu Hause.

Sehr geehrte Damen und Herren, wir danken Ihnen auch heuer wieder im Namen aller Mitarbeiter:innen herzlich für Ihr Vertrauen in und Ihr Interesse an UNIQA! Wir versprechen Ihnen, trotz aller geopolitischen Instabilitäten und wachsender Belastungen aus dem medial leider in den Hintergrund getretenen, aber ungebremsst voranschreitenden Klimawandel mit viel Freude, Konsequenz und Optimismus an der erfolgreichen Weiterentwicklung unserer gemeinsamen Unternehmensgruppe zu arbeiten – mit dem Rückenwind der mit Abstand stärksten Versicherungsmarke Österreichs und der Kraft einer leistungsorientierten Gemeinschaft von knapp 15.000 Mitarbeiter:innen!

Andreas Brandstetter
im Namen des Vorstandsteams

35 JAHRE AN DER WIENER BÖRSE

Kontinuität, Wachstum und Vertrauen

Mit dem Börsengang der damaligen Bundesländer-Versicherung im Dezember 1990 begann für die heutige UNIQA Insurance Group eine neue Phase der Unternehmensentwicklung. Der Schritt an die Börse erfolgte in einer Phase des strukturellen Wandels der österreichischen Versicherungswirtschaft. Diese Entscheidung erwies sich als wegweisend. Der Kapitalmarkt eröffnete neue Handlungsspielräume, förderte Professionalität in Governance und Risikomanagement und machte langfristige strategische Entwicklungen möglich.

Damit wurde der Kapitalmarkt zu einem entscheidenden Faktor in unserer Unternehmensstrategie – zunächst zur Stärkung der Eigenkapitalbasis, später als Katalysator für Internationalisierung, Wachstum und Professionalisierung. CEO Andreas Brandstetter: „Seit über 200 Jahren versichern Menschen bei uns, was ihnen wichtig ist. Seit 35 Jahren notieren wir an der Wiener Börse, und vor etwa 25 Jahren begann unsere Expansion nach Osteuropa. Heute vertrauen uns nahezu 18 Millionen Kundinnen und Kunden.“

Fusion, neue Marke und Expansion

Ende der 1990er-Jahre folgte mit der Zusammenführung mehrerer Versicherungen und der Einführung der Marke UNIQA ein strategischer Wendepunkt. Aus einer komplexen Mehrmarkenstruktur entstand eine einheitliche Marke, die sich rasch zur bekanntesten Versicherungsmarke Österreichs entwickelte. Die Einmarkenstrategie erwies sich nicht nur national, sondern gerade auch international als entscheidender Wettbewerbsvorteil.

Ab Beginn der 2000er-Jahre startete die Expansion nach Zentral- und Osteuropa. In einem Wirt-

schaftsraum mit rund 150 Millionen Einwohner:innen setzte UNIQA auf organisches Wachstum und gezielte Akquisitionen. Zwischen 2005 und 2008 wurden sieben neue Märkte erschlossen. Der Kapitalmarkt ermöglichte diese Entwicklung durch Finanzierungsspielräume und erhöhte zugleich die Anforderungen an Governance, Reporting und Risikosteuerung.

Kurskorrektur und strategische Fokussierung

Die Finanzkrise 2007/08 stellte auch UNIQA vor grundlegende Herausforderungen. In der Folge rückten Kapitalstärke, Risikomanagement und Nachhaltigkeit stärker in den Fokus. Ab 2011 wurde unser Unternehmen strategisch neu ausgerichtet: Konzentration auf das Kerngeschäft in Österreich und CEE, Desinvestitionen in Westeuropa, Stärkung der Ertragskraft und eine klare Wachstumsagenda.

Ein zentraler Meilenstein auf diesem Weg war der Re-IPO im Jahr 2013, den wir bewusst als „zweiten Börsengang“ positionierten. Der Streubesitz stieg auf rund 35 Prozent, der Ausgabepreis lag bei 8 Euro je Aktie. Mitarbeitende wurden gezielt beteiligt. Damit rückte der Kapitalmarkt noch stärker in den Fokus der Unternehmenssteuerung. „Die konsequente Ausrichtung auf den Kapitalmarkt war nicht nur eine finanzielle, sondern auch eine kulturelle Transformation“, betont Kurt Svoboda, Chief Financial and Risk Officer.

Wachstum, Kund:innen und Ergebnisqualität

Heute betreut UNIQA mehr als 18 Millionen Kund:innen, davon etwa 14 Millionen in Zentral- und Osteuropa und knapp 4 Millionen in Österreich. In CEE zählen wir zu den margenstärksten Versicherungsunter-

nehmen der Region. Unsere Kundenzahl konnten wir seit 2011 mehr als verdoppeln, parallel dazu haben wir die Kapitalbasis stabilisiert und die operative Effizienz erhöht. Einen wichtigen Meilenstein auf diesem Weg bedeutete die Integration der ehemaligen AXA-Gesellschaften in Polen, Tschechien und der Slowakei.

Die UNIQA Aktie ist seit über zehn Jahren durchgehend Teil des ATX und seit 2022 auch im ATX Top Dividend vertreten. Nach der Präsentation der neuen Strategie „UNIQA 3.0 – Growing Impact“ für den Zeitraum 2025–2028 stieg der Aktienkurs kontinuierlich an und lag Ende 2025 bei 15,46 Euro. Der Streubesitz von 35,6 Prozent entspricht einem Wert von 1,7 Milliarden Euro.

Progressive Dividendenstrategie

UNIQA positioniert sich klar als Dividendentitel mit Wachstumsperspektive. Für das Geschäftsjahr 2024

haben wir eine Dividende von 0,60 Euro je Aktie ausgeschüttet, insgesamt waren es 184 Millionen Euro. Für 2025 beträgt unser Dividendenvorschlag 0,72 Euro je Aktie bzw. 221 Millionen Euro insgesamt. Die Dividendenrendite liegt damit – Zustimmung der Hauptversammlung vorausgesetzt – bei rund 6 Prozent. Auch künftig bekennen wir uns zu einer progressiven Dividendenstrategie mit einer Ausschüttungsquote von 50 bis 60 Prozent. Dies unterstreicht unseren Anspruch, unsere Aktionär:innen nachhaltig am Unternehmenserfolg zu beteiligen und gleichzeitig ausreichende Mittel für Investitionen und Wachstum bereitzuhalten.

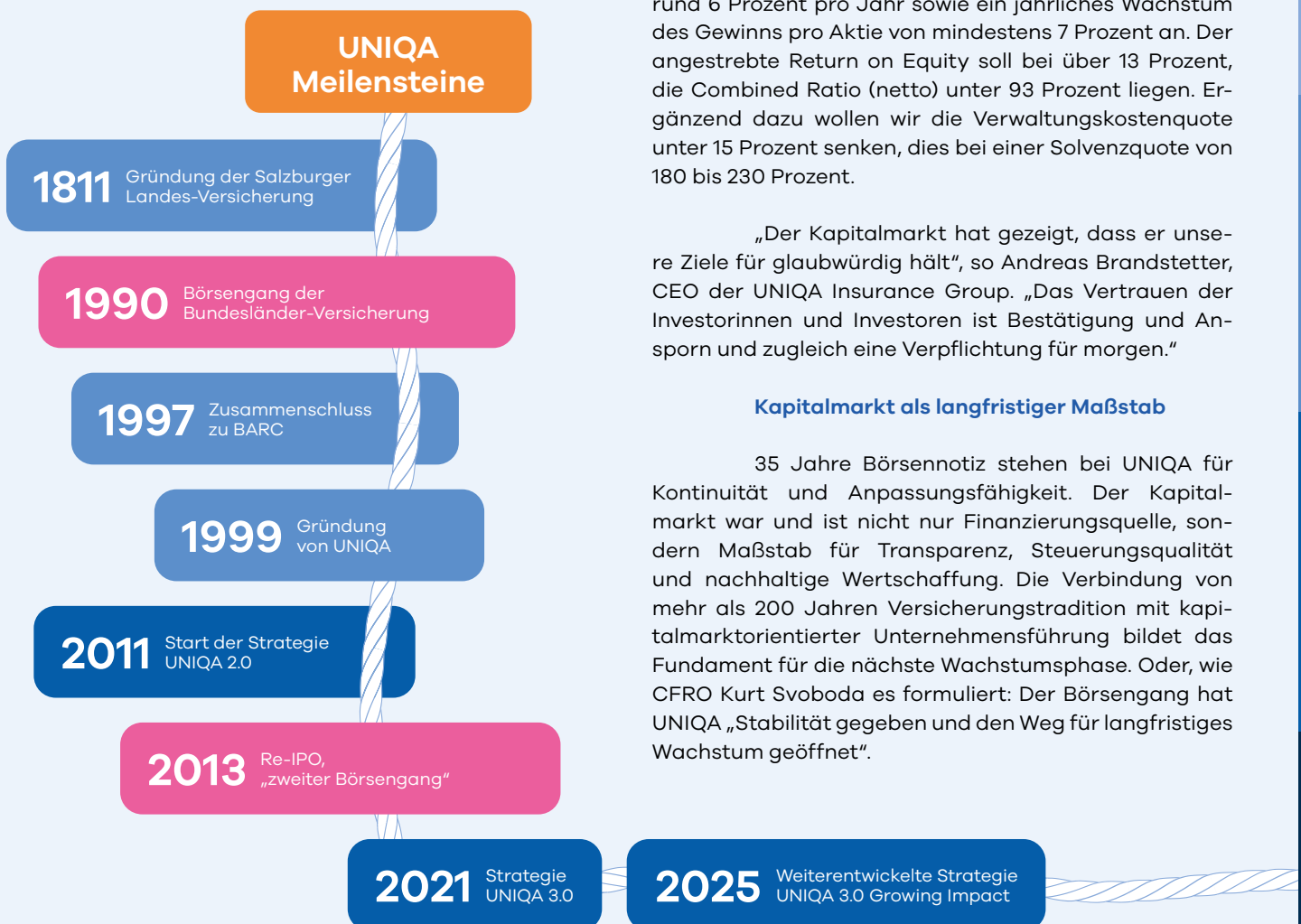
Profitabilität, Effizienz und Impact

Mit „UNIQA 3.0 – Growing Impact“ setzen wir auf eine klar kapitalmarktorientierte Strategie. Dank der guten Erfolge bei der Umsetzung dieser Strategie haben wir im November 2025 die meisten Wachstums- und Profitabilitätsziele sogar noch angehoben: Bis 2028 strebt UNIQA ein durchschnittliches Prämienwachstum von rund 6 Prozent pro Jahr sowie ein jährliches Wachstum des Gewinns pro Aktie von mindestens 7 Prozent an. Der angestrebte Return on Equity soll bei über 13 Prozent, die Combined Ratio (netto) unter 93 Prozent liegen. Ergänzend dazu wollen wir die Verwaltungskostenquote unter 15 Prozent senken, dies bei einer Solvenzquote von 180 bis 230 Prozent.

„Der Kapitalmarkt hat gezeigt, dass er unsere Ziele für glaubwürdig hält“, so Andreas Brandstetter, CEO der UNIQA Insurance Group. „Das Vertrauen der Investorinnen und Investoren ist Bestätigung und Ansporn und zugleich eine Verpflichtung für morgen.“

Kapitalmarkt als langfristiger Maßstab

35 Jahre Börsennotiz stehen bei UNIQA für Kontinuität und Anpassungsfähigkeit. Der Kapitalmarkt war und ist nicht nur Finanzierungsquelle, sondern Maßstab für Transparenz, Steuerungsqualität und nachhaltige Wertschaffung. Die Verbindung von mehr als 200 Jahren Versicherungstradition mit kapitalmarktorientierter Unternehmensführung bildet das Fundament für die nächste Wachstumsphase. Oder, wie CFRO Kurt Svoboda es formuliert: Der Börsengang hat UNIQA „Stabilität gegeben und den Weg für langfristiges Wachstum geöffnet“.



Wofür wir stehen:

gemeinsam

besser

leben



Seit 1811 arbeiten wir für das Vertrauen der Menschen, die sich bei uns versichern. Unsere Aufgabe ist seither unverändert: Risiken, die Einzelne allein nicht tragen können, werden auf die Schultern einer Gemeinschaft verteilt. UNIQA ist die Betreuerin dieser Risikogemeinschaft. Kern unseres Tuns ist die Mobilisierung dieser gemeinschaftlichen Kraft zum Schutz der Einzelnen.

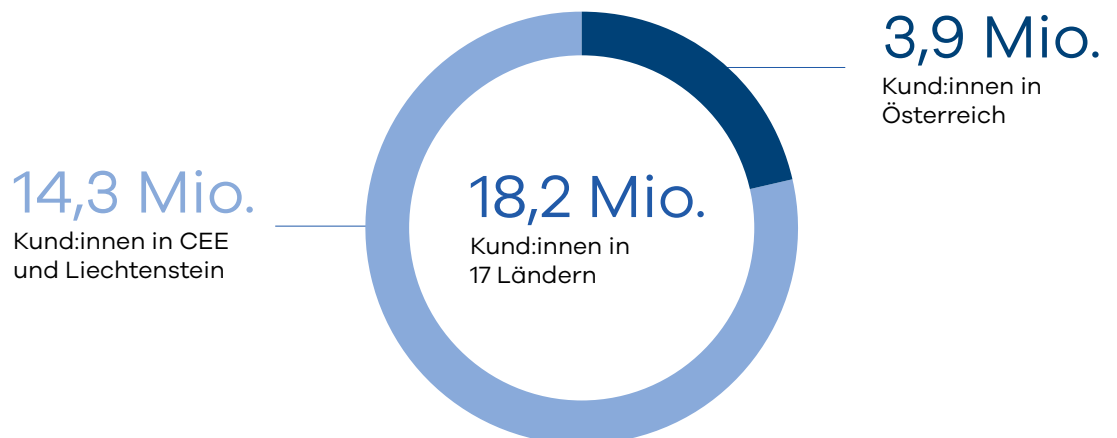
Unsere Vision ist es, die beste Dienstleisterin für Sicherheit, Gesundheit und Vorsorge im Leben der Menschen zu werden.

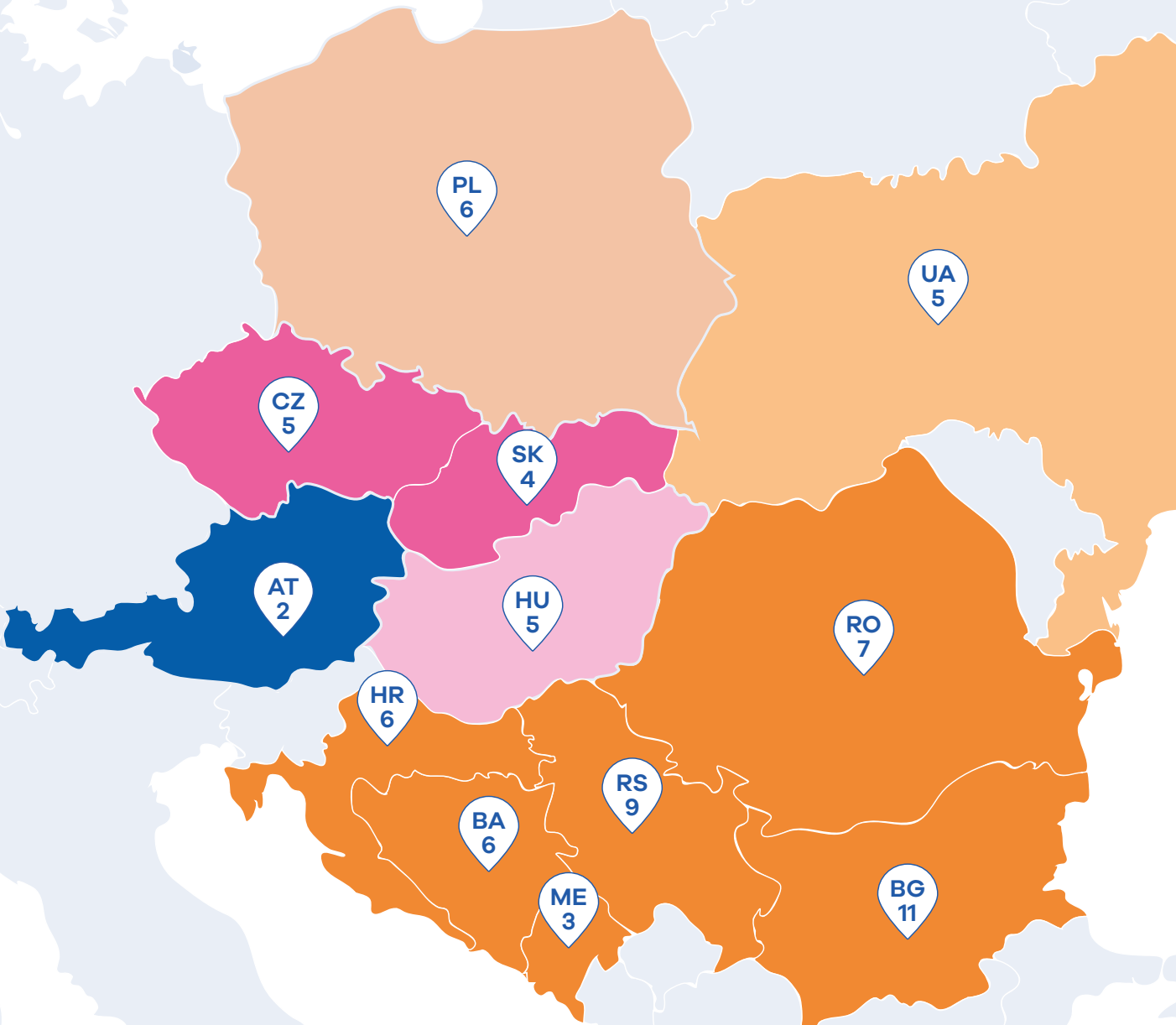
Als Betreuerin einer Gemeinschaft von mehr als 18 Millionen Menschen in 14 europäischen Ländern bieten wir Privat- und Firmenkund:innen zuverlässige und alltagstaugliche Leistungen für ein sicheres und gesundes Leben. Gleichzeitig fördern wir die nachhaltige und verantwortungsbewusste Entwicklung unserer Gesellschaft und den Schutz unserer Umwelt.

Stark positioniert in Österreich und CEE

Die UNIQA Group will in Österreich und CEE mehr als 18 Millionen Kund:innen mit erstklassigem Service überzeugen. Unser Ziel ist es, in beiden Märkten als führende Dienstleisterin wahrgenommen zu werden und Kundenzufriedenheit auf höchstem Niveau zu gewährleisten – mit einer Bewertung von mindestens 4,5 von 5 Sternen.

Mit mehr als 200 Jahren Erfahrung zählt UNIQA zu den führenden Versicherungsanbieter:innen in Österreich. In CEE haben wir unsere Marktposition durch die erfolgreiche Integration der ehemaligen AXA-Gesellschaften in Polen, der Slowakei und Tschechien in den letzten Jahren erheblich gestärkt. Trotz geopolitischer und ökonomischer Herausforderungen setzt die UNIQA Group weiterhin konsequent auf profitables Wachstum.





Der Pin zeigt die Marktposition im jeweiligen Land.

- Österreich
- Polen
- Slowakei/Tschechien
- Ungarn
- Ukraine
- SEE6: Bosnien und Herzegowina, Bulgarien, Kroatien, Montenegro, Rumänien, Serbien

Österreich: Starke Marktposition und attraktive Wachstumschancen

Unsere führende Position in Österreich sichern wir durch innovative Produkte, einen effizienten Vertrieb und starke Marken wie UNIQA und Raiffeisen. Mit einem Marktanteil von rund 21 Prozent sind wir die Nummer zwei unter den heimischen Versicherern und in der privaten Krankenversicherung bereits seit vielen Jahren unangefochtene Marktführerin. Direkt oder über unsere Bank- und Vertriebspartnerin Raiffeisen betreuen wir 3,9 Millionen Kund:innen in Österreich. Besonders großes Potenzial sehen wir in den kommenden Jahren im Gesundheitsbereich, einem Markt mit hoher Wachstumsdynamik. Deshalb bauen wir unsere Aktivitäten in diesem Geschäftsfeld gezielt aus.

Auch der österreichische Versicherungsmarkt bietet langfristig interessantes Entwicklungspotenzial. Derzeit investieren die Österreicher:innen jährlich pro Kopf etwa 2.335 Euro in Versicherungsprodukte – und bleiben damit trotz des hohen Lebensstandards im Land spürbar unter dem europäischen Mittelwert. Eine stabile Wirtschaftslage und ein umsichtiges regulatorisches Umfeld sorgen zusätzlich für gute Perspektiven.



Wolfgang Kindl beim Internationalen Forum 2025, in dessen Rahmen Manager:innen aus allen Märkten von UNIQA zum strategischen Meinungsaustausch zusammentrafen



Peter Humer mit Büroleiterin Victoria Rafeiner anlässlich der Übergabe neuer E-Fahrzeuge an die Landesdirektionen von UNIQA Österreich

CEE: Wachstum durch steigende Versicherungsdichte

Drei Viertel unserer Kund:innen – mehr als 14 Millionen – leben in Zentral- und Osteuropa. Diese Region trägt bereits rund 40 Prozent zu den Gesamtprämien der UNIQA Group bei.

Die Märkte in Mittel- und Osteuropa wachsen dabei rund doppelt so schnell wie die Eurozone. Aktuelle Prognosen weisen für die EU-Mitgliedstaaten in Ost-, Mittel- und Südosteuropa per Jahresende ein Wirtschaftswachstum von 2,2 Prozent aus (Wachstumsmotor Polen mit +3,5 Prozent), das erneut deutlich über jenem der Eurozone (+0,9 Prozent) liegen wird. Ein Trend, der sich auch 2026 fortsetzen sollte und der in CEE künftig auch von einem robusten privaten Konsum, verstärkten Unternehmensinvestitionen und erhöhten Staatsausgaben mit deutlich steigenden Verteidigungsbudgets getragen wird.

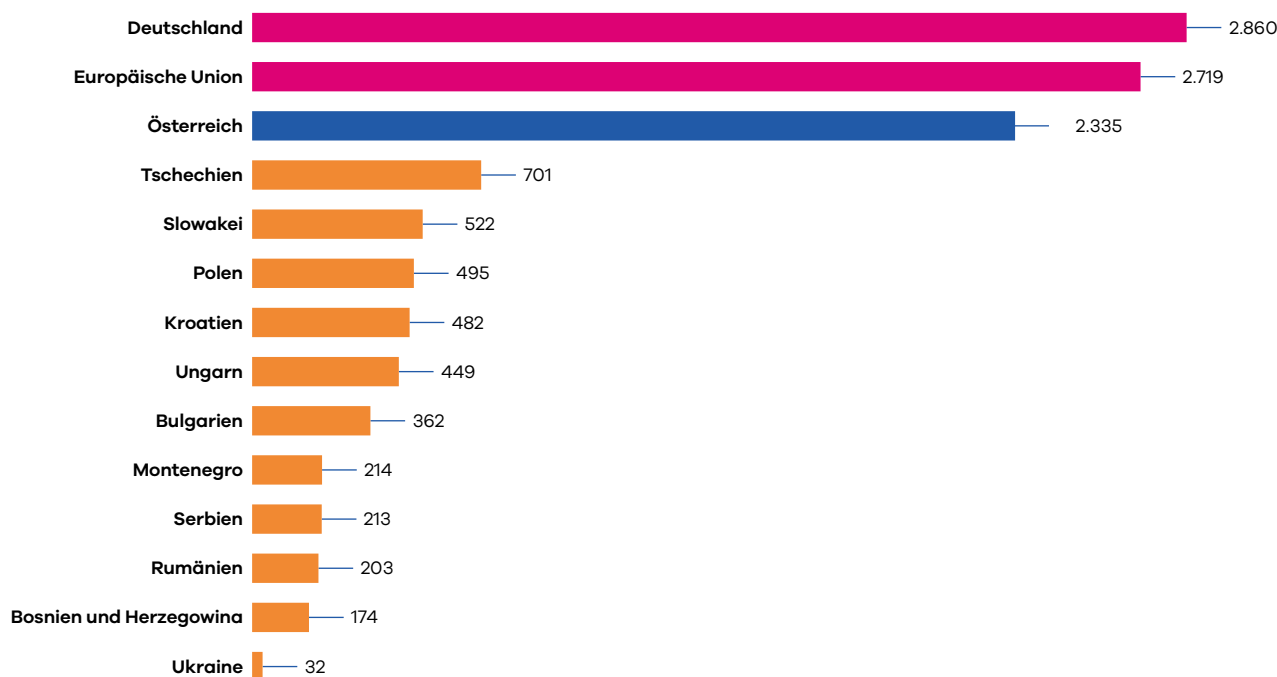
Mit einer Gesamtbevölkerung von rund 150 Millionen Menschen bietet die Region CEE enormes Potenzial. Seit Jahren erlebt sie einen beachtlichen wirtschaftlichen Aufschwung. Nach den starken Wachstumsjahren 2023 und 2024 stieg das Prämienvolumen in der Region mit einem Plus von knapp 10 Prozent 2025 erneut deutlich an.

Trotz dieser hohen Dynamik liegt die Versicherungsdichte gemessen an den durchschnittlichen jährlichen Versicherungsprämien pro Kopf noch deutlich unter dem westeuropäischen Niveau. So betragen die durchschnittlichen Versicherungsausgaben pro Kopf in der Region mit 320 Euro einen Bruchteil des österreichischen Werts. In unseren Kernmärkten Polen, Slowakei, Tschechien und Ungarn liegt die durchschnittliche Prämie bei rund 523 Euro – mit weiterhin wachsender Tendenz. Der anhaltende Aufholprozess bietet damit attraktive Wachstumschancen, von denen UNIQA überproportional profitiert.

In der weltweit am schnellsten wachsenden Versicherungsregion CEE legt UNIQA seit Jahren deutlich stärker zu als der Markt. Wir setzen dabei auf einen starken Vertrieb sowie auf die bewährte starke Zusammenarbeit mit Raiffeisen, der mBank und der exklusiven Kooperation mit der Addiko Gruppe. Ein klarer Fokus liegt dabei neben Wachstum auf Profitabilität, Skalierung und regionaler Diversifikation.

CEE: Region mit großem Wachstumspotenzial

Versicherungsausgaben pro Kopf und Jahr in Euro



UNIQA International: Fünf Steuerungseinheiten

Mit dem erfolgreichen Abschluss des Verkaufs unserer Gesellschaften in Albanien, dem Kosovo und Nordmazedonien haben wir im zweiten Quartal 2025 die im Rahmen des strategischen Länderportfoliomanagements geplanten Maßnahmen abgeschlossen. Damit liegt unser Fokus im Rahmen eines effizienten Steuerungs- und Governance-Modells auf fünf internationalen Geschäftseinheiten – Polen, der Slowakei und Tschechien, Ungarn, der Ukraine und SEE6.

Im strategisch bedeutenden Versicherungsmarkt Polen schlugen sich unsere Marktführerschaft im Pricing, unsere erfolgreiche Omnikanal-Strategie mit besonderer Betonung des digitalen Vertriebs sowie unsere signifikant erweiterten Vertriebskapazitäten 2025 einmal mehr in einer äußerst erfolgreichen Geschäftsentwicklung nieder. UNIQA Polen wächst derzeit deutlich über dem Marktdurchschnitt und hat sich damit als Top Player positioniert.

In Tschechien und der Slowakei sorgt ein ausgewogenes Portfolio für gut ausbalancierte Ergebnisbeiträge aus Nicht-Leben, Leben und Pensionsgeschäft. In der Kfz-Versicherung konnten wir durch einen gezielten Fokus auf Pricing-Kompetenz und KI-gestützte Schadeninitiativen zuletzt eine erfreuliche Margensteigerung erzielen.



UNIQA Ungarn setzt trotz des strukturell herausfordernden Marktumfelds die begonnenen Transformationsinitiativen konsequent fort und stärkt dank einer strategischen Vertriebspartnerschaft mit dem führenden ungarischen Makler sowie laufender Effizienz- und Synergieprogramme die Wettbewerbs- und Ertragskraft nachhaltig.

In der Ukraine bleibt UNIQA trotz des Kriegsumfelds operativ stabil und profitabel. Mit mehr als 1 Million Kund:innen und rund 780 Mitarbeiter:innen zählen wir zu den Top-5-Versicherern des Landes, in der Krankenversicherung sind wir Marktführer. Unser strategischer Fokus gilt neben der Kranken- und der Kfz-Versicherung vor allem der digitalen Transformation und striktem Kostenmanagement.

Unsere Aktivitäten in Rumänien haben wir bereits 2024 in die sehr erfolgreich agierende Region Südosteuropa (SEE6) – sie umfasst neben Rumänien die Länder Bosnien und Herzegowina, Bulgarien, Kroatien, Montenegro und Serbien – einbezogen. Die Zusammenführung dieser Märkte war schon 2022 erfolgt. Dank einer einheitlichen regionalen Strategie und einer Produkt- und Prozessharmonisierung über sechs Länder hinweg konnten die aggregierten Einzelergebnisse seit 2022 um mehr als 30 Millionen Euro gesteigert werden.

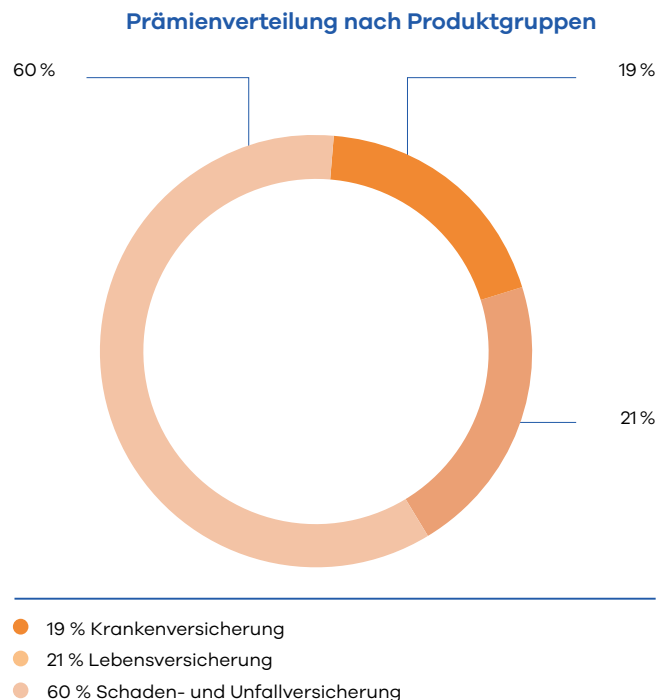


Beim Summit 2025 konnten Vertreter:innen der vier Communities Pricing, Value Proposition, Data & Analytics sowie Transformation aus der gesamten UNIQA Group über Marktgrenzen hinweg gemeinsam an innovativen Lösungen arbeiten und sich gegenseitig inspirieren.

Rundum sicher: Alle Versicherungsprodukte unter einem Dach

Als Vollversicherer bieten wir Lösungen in allen zentralen Produktgruppen – Schaden- und Unfall-, Lebens- und Krankenversicherung – und decken damit sämtliche Bedürfnisse unserer Kund:innen ab. Unser Anspruch ist es, Entwicklungen im Markt frühzeitig zu erkennen und unser Angebot gezielt weiterzuentwickeln. Besonders in den Bereichen Gesundheit, Smart Home und Mobilität treiben wir Innovationen voran und verbinden klassische Versicherungskompetenz mit konsequenter digitaler Transformation. Damit sind wir verlässliche Partnerin für Privatkund:innen ebenso wie für Unternehmen.

2025 konnten wir erneut unser hohes Servicelevel bestätigen: Mit einem harmonisierten Customer Satisfaction Index von 4,6 Sternen (auf einer Skala von 1 bis 5) behaupten wir unsere Kundenzufriedenheit auf sehr gutem Niveau. Gleichzeitig wächst die Nutzung unserer digitalen Angebote stetig. Bereits mehr als 700.000 Kund:innen nutzen die myUNIQA App und bewerten diese mit 4,7 Sternen. Durch den Ausbau digitaler Services und Self-Service-Prozesse reduzieren wir Aufwand und Wartezeiten – insbesondere im Leistungs- und Schadenprozess.





Eine neue Kampagne zeigt den neuen Markenauftritt von UNIQA.

Schaden- und Unfallversicherung: Schutz gegen Vermögenseinbußen

Die Schaden- und Unfallversicherung ist mit rund 60 Prozent unserer Prämien unser größtes Geschäftssegment. Wir schützen Privat- und Firmenkund:innen vor den finanziellen Folgen von Unfällen, Naturereignissen oder Betriebsunterbrechungen. Besonders gefragt bleiben Kfz-, Haftpflicht-, Rechtsschutz- und Eigenheimversicherungen. Gleichzeitig steigen die Anforderungen rund um digitale Risiken und erneuerbare Energietechnik – Bereiche, in denen wir unser Angebot laufend erweitern.

2025 haben wir unser Produktportfolio weiter modernisiert: Mit unserem neuen Kfz-Produkt bieten wir ein vereinfachtes Bonus-Malus-System und zusätzliche innovative Deckungen. Zudem haben wir unser Unfallprodukt überarbeitet und stärker individualisierbare Varianten eingeführt.

Mobilität verstehen wir weiterhin produktgruppenübergreifend: Wir decken Risiken von Carsharing, öffentlichem Verkehr, Fahrrädern oder E-Bikes ebenso ab und bieten modulare Produkte, die sich flexibel anpassen lassen.

Auch bei unseren digitalen Services haben wir im Bereich Schaden und Unfall 2025 wichtige Schritte gesetzt: Kund:innen können Kfz-Schäden nunmehr direkt in der myUNIQA App oder über unser Portal online melden – eine wesentliche Ergänzung zu den bisherigen digitalen Einreichmöglichkeiten in der Kranken- und Haushaltsversicherung. Für Firmenkund:innen haben wir mit myUNIQA business zudem das erste umfassende Firmenkundenportal Österreichs gestartet. Es schafft Transparenz hinsichtlich der bestehenden Verträge, bringt neue Self-Service-Möglichkeiten und stärkt die Kundenbindung, besonders im KMU-Segment.

5,0 Milliarden Euro Prämien in der Schaden- und Unfall- versicherung



Krankenversicherung: Gesundheit und Vorsorge

Mit einem Marktanteil von 44 Prozent sind wir Marktführerin in der privaten Krankenversicherung in Österreich. Und auch in der CEE-Region sehen wir hier großes Entwicklungspotenzial. Unser Leistungsangebot umfasst stationäre und ambulante Versorgung und gibt unseren Kund:innen raschen, unkomplizierten Zugang zu hochwertiger medizinischer Betreuung – etwa über unser Gesundheitsnetzwerk LARA oder die UNIQA Medical Partner Centers.

2025 haben wir eine völlig neue ambulante Privatarzt-Versicherung eingeführt. Sie besteht aus vier Grundtarifen und mehreren optionalen Zusatzbausteinen, darunter „Mentale Gesundheit“ und „Prävention“. Die neue Lösung verbindet unterschiedliche Leistungsmodulare mit einfacher Handhabung und – in ausgewählten Tarifen – einem bequemen Online-Abschluss.

Wir investieren zudem konsequent in Vorsorge und Telemedizin. Mit VitalPlan und VitalCheck fördern wir aktive Gesundheit, während digitale Gesundheitsservices Beratung und Diagnosen per Video, Chat oder Telefon ermöglichen. Damit erleichtern wir den Zugang zu diesen Leistungen, verkürzen Wartezeiten und unterstützen unsere Kund:innen in ihrem Alltag.

1,6 Milliarden Euro Prämien in der Kranken- versicherung



Die myUNIQA App wurde ebenfalls mit einer neuen Kampagne beworben.

Lebensversicherung: Vorsorgen für die Zukunft

Etwa 20 Prozent unserer Prämieinnahmen stammen aus der Lebensversicherung. Hier reicht unser Angebot von klassischen kapitalbildenden Lösungen bis zu fondsgebundenen Modellen. Da Kund:innen zunehmend flexible Vorsorgeformen wünschen, haben wir Produkte geschaffen, die individuell angepasst werden können und Kapitalgarantien mit fairen Kostenstrukturen kombinieren. Eine flexible Gestaltung während der gesamten Laufzeit ist ein zentraler Bestandteil dieser Angebote.

Neben Altersvorsorge bieten wir auch biometrische Produkte wie Ablebensschutz oder die Absicherung gegen Berufsunfähigkeit und schwere Erkrankungen an – Leistungen, die im Zuge wachsender individueller Sicherheitsbedürfnisse immer relevanter werden. Kapitalbildende Vorsorgeprodukte erfüllen zudem eine zentrale Rolle als Anlageinstrument.

In der CEE-Region sehen wir auch für diese Sparte weiterhin beträchtliches Potenzial: Mit steigendem Lebensstandard wächst auch der Bedarf an langfristiger Absicherung. Derzeit entfallen 52 Prozent der Lebensversicherungsprämien auf Österreich und 48 Prozent auf CEE. Angesichts der Herausforderungen staatlicher Pensionssysteme gewinnt private Vorsorge auch hier zunehmend an Bedeutung.

1,7 Milliarden Euro Prämien in der Lebens- versicherung

Digitale Services: Laufende Erweiterung

Wir investieren laufend massiv in digitale Lösungen, um unseren Kund:innen schnellere, klarere und komfortablere Services zu bieten. KI-unterstützte Prozesse beschleunigen das Schadenmanagement und machen Abläufe für Kund:innen einfacher und transparenter. Auch in der Beratung setzen wir verstärkt auf digitale Kanäle: Chatbots, virtuelle Assistent:innen und Online-Tools unterstützen bei der Orientierung in unserem Produktangebot und bei der Gestaltung individueller Versicherungslösungen.

Durch die permanente Erweiterung unserer digitalen Services – einschließlich der Möglichkeit, Verträge online abzuschließen und Schäden direkt via App zu melden – steigern wir Effizienz und Benutzerfreundlichkeit zugleich. Damit schaffen wir moderne, transparente Prozesse, die unseren Kund:innen echten Mehrwert bieten.



UNIQA ist langjährige Partnerin des ÖFB. Diese Partnerschaft haben wir auch mit einer passenden Kampagne unterstützt, die in den neuen Markenauftritt integriert ist.

Neuer gruppenweiter Markenauftritt

Im März 2025 haben wir einen neuen, stark modernisierten Markenauftritt gelauncht und in der gesamten Gruppe ausgerollt. Er wurzelt in unserem Gründungsgedanken von 1811, stellt das Markenversprechen „gemeinsam besser leben“ – übersetzt in die jeweilige Landessprache – ins Zentrum und schafft einen durchgängigen Bogen von der Marken- zur Produkt- und Servicekommunikation. Das Konzept fokussiert auf Geschichten aus dem echten Leben, in denen die Kraft der UNIQA Gemeinschaft thematisiert wird. Dies bewusst in sehr kurzen und prägnanten Formaten, um dem sich ändernden Medienkonsumverhalten gerecht zu werden und sich für den Einsatz in allen Kanälen, von TV bis Digital und Social Media, zu eignen. Der neue Markenauftritt stellt eine einheitliche strategische Ausrichtung der Marke UNIQA über alle Märkte sicher und ermöglicht dabei lokale Flexibilität.

Umsetzungsstarke Mitarbeiter:innen im Fokus

Mit dem Strategieprogramm „UNIQA 3.0 – Growing Impact“ rücken unsere Mitarbeiter:innen und unser Anspruch, attraktivste Arbeitgeberin der Branche zu werden, noch stärker in den Mittelpunkt. In einem herausfordernden Umfeld setzen wir gezielt auf Talententwicklung und eine klare Arbeitgebermarke. Die 2025 fortgeführten Initiativen zeigen bereits messbare Verbesserungen in der Mitarbeiterzufriedenheit.

Mitarbeiterbefragung

Im Rahmen von UNIQA 3.0 haben wir das Ziel definiert, beste Arbeitgeberin für umsetzungsstarke Mitarbeiter:innen zu werden. Die Fortschritte auf diesem Weg messen wir mit mehreren Indizes, allen voran dem Employee Experience Index und dem Engagement Index. Seit 2023 konnten wir bei beiden die gruppenweiten Werte von zuvor 3,8 bzw. 3,9 auf jeweils 4,1 von 5 Sternen steigern. Damit nähern wir uns unserem mittelfristigen Ziel – bis 2028 wollen wir 4,5 von 5 Sternen erreichen – immer weiter an. Regelmäßige Mitarbeiterbefragungen ermöglichen uns dabei, die Zufriedenheit systematisch zu messen und gezielt weiterzuentwickeln.



Der UNIQA Tower bietet viel Raum für Austausch unter unseren Mitarbeiter:innen. Im Bild das Café Aioli im Erdgeschoß.

Recruiting und Employer Branding

Unsere Employer-Branding-Strategie zeigt weiterhin deutliche Erfolge. 2025 gingen gruppenweit rund 80.000 Bewerbungen ein – allein in Österreich waren es um 20 Prozent mehr als im Vorjahr. Aus den mit zahlreichen Jobinteressierten geführten Gesprächen resultierten letztlich rund 1.700 externe Einstellungen sowie mehr als 230 interne Versetzungen. Die Offer Acceptance Rate lag bei beachtlichen rund 89 Prozent. Ein Anteil von 60 Prozent Nachbesetzungen und 24 Prozent Neubesetzungen in Österreich zeigt dabei die dynamische Weiterentwicklung und den Innovationskurs unseres Unternehmens.



Eine neue Kampagne unterstützt unser HR-Team gezielt bei Employer Branding und Recruiting.

Diese Erfolge finden auch externe Bestätigung: Zum fünften Mal in Folge wurden wir 2025 mit dem silbernen Best-Recruiters-Siegel ausgezeichnet und erreichten damit Platz 3 in unserer Branche.

Auch intern stoßen unsere Initiativen auf große Zustimmung: In der letzten „Voice of Employee“-Befragung vom November 2025 bewerteten neu eingestellte Mitarbeiter:innen in Österreich den Recruiting-Prozess mit 4,6 von 5 Sternen und den Onboarding-Prozess mit 4,3 von 5 Sternen.



Zur Sicherstellung einer einheitlichen Candidate Experience haben wir unser Recruiting-Tool SuccessFactors 2025 auch in den Landesdirektionen eingeführt. Dadurch werden offene Positionen zentral sichtbar, und wir treten noch klarer als einheitliche Arbeitgeberin auf.

Neuer Claim „Better works for me“

Mit dem neuen Claim „Better works for me“ – einer Weiterentwicklung unseres bisherigen Slogans #startyourbetter – übersetzen wir unser Markenversprechen „gemeinsam besser leben“ in den Arbeitskontext. „Better works for me“ knüpft direkt an unsere Unternehmensstrategie an und unterstützt das Ziel, beste Arbeitgeberin für umsetzungsstarke Mitarbeiter:innen zu werden – mit einem klaren Fokus auf den persönlichen Mehrwert und gruppenweite Einsetzbarkeit.



Ergänzend setzen wir auf interne Kommunikationsinitiativen, etwa zur Förderung von Frauen. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf dem Thema „Karriere im Vertrieb“. Messeauftritte, Kooperationen mit Hochschulen und Universitäten sowie Studierendenbesuche in der Zentrale runden die Maßnahmen ab. Die hohe Mitarbeiter- und Bewerberzufriedenheit wurde erneut mit dem Kununu-Siegel „Top Company“ bestätigt.



Aus- und Weiterbildung genießen bei UNIQA einen hohen Stellenwert. Ganz besonders gilt dies für unsere mehr als 100 Lehrlinge.

Roll-out der Lernplattform „UNIQA University“

Mit der Einführung der UNIQA University haben wir 2025 einen zentralen Meilenstein in der Weiterentwicklung unserer Lernkultur erreicht. Die digitale Plattform bietet unter dem Motto „your space to grow“ gruppenweit einen übersichtlichen, flexiblen und jederzeit verfügbaren Zugang zu vielfältigen Lernangeboten. Seit Anfang 2026 steht sie allen Mitarbeiter:innen der Gruppe zur Verfügung. Dies schließt auch die österreichischen Vertriebsmitarbeiter:innen mit ein.

Zehn neu gegründete Fachfakultäten bündeln im Rahmen der UNIQA University die fachliche Aus- und Weiterbildung entlang strategischer Schwerpunkte und unterstützen die Umsetzung der Strategie „UNIQA 3.0 – Growing Impact“. Für unsere Mitarbeiter:innen bedeutet das transparente Entwicklungsmöglichkeiten sowie Lerninhalte, die gezielt auf den Arbeitsalltag und den Aufbau zukunftsrelevanter Kompetenzen ausgerichtet sind.

Umfangreiche Ausbildungsangebote für den Vertrieb

Die Vertriebsausbildung leistete 2025 einen wesentlichen Beitrag zur nachhaltigen Qualifizierung und Zukunftsfähigkeit unseres Vertriebs. Insgesamt begleiteten wir 392 Mitarbeiter:innen in der Grundausbildung und setzten 271 Ausbildungsmodule um, ergänzt durch zahlreiche Prüfungsformate zur Sicherstellung hoher Qualitäts- und Compliance-Standards.

Im Vertriebsinnendienst führten wir 70 Kurse, Webinare und Präsenztrainings durch. 163 Teilnehmer:innen absolvierten die Grundausbildung, 70 legten erfolgreich die Kundenserviceprüfung ab. Diese Ausbildungsprogramme erstrecken sich über 12 bis 18 Monate. Ein besonderer Schwerpunkt lag auf der Entwicklung unserer Vertriebsführungskräfte. 31 Trainingsformate mit 63 Trainingstagen sowie 32 individuelle Coachings wurden dafür umgesetzt. Mit 340 Anmeldungen haben wir einen neuen Teilnahmerecord erreicht.

Ein weiterer Meilenstein war 2025 die Bündelung bestehender Weiterbildungsformate zum UNIQA Weiterbildungscampus. Mit mehr als 120 Lehrveranstaltungen zu rund 50 Themenbereichen unterstützt dieser nun fokussiert die fachliche und persönliche Entwicklung unserer rund 1.600 Mitarbeiter:innen im Vertrieb.



Topmanager:innen aus allen UNIQA Ländern nahmen an unserem Weinspire-Programm am International Institute for Management Development in Lausanne teil.

Mentoring und Shadowing

Im Juni 2025 schlossen 24 Mentoring-Paare ihr Programm erfolgreich ab. Die insgesamt sehr positiven Rückmeldungen hoben insbesondere den vertrauensvollen Austausch und die praxisnahe Unterstützung hervor. Im Oktober starteten 23 neue Mentoring- und Reverse-Mentoring-Paare, um den generationsübergreifenden Wissensaustausch sowie die persönliche und berufliche Entwicklung der Teilnehmenden zu fördern. Das Programm bietet dazu strukturierte Abläufe sowie ergänzende Formate, so etwa Coaching und EASI-Workshops.

Unser Shadowing-Format, in dessen Rahmen interessierte Mitarbeitende einzelne Topmanager:innen einen halben Tag lang begleiten können, wurde 2025 zum vierten Mal durchgeführt und von mehr als 450 Mitarbeiter:innen genutzt. Mit einer Bewertung von 4,7 von 5 Sternen gilt es als besonders bereichernd und wird deshalb auch 2026 fortgeführt.

Lehrlinge – Arbeitskräfte der Zukunft

Unsere Lehrlingsausbildung entwickelt sich konsequent in Richtung Digitalisierung und Innovation weiter. Neben klassischen Lehrberufen bilden wir seit 2025 auch Applikationsentwickler:innen aus. Insgesamt absolvieren derzeit 121 Lehrlinge – rund 100 davon im Vertrieb – eine praxisnahe, duale Ausbildung bei UNIQA in Österreich. Angesichts der demografischen Entwicklung ist dies von zentraler strategischer Bedeutung, um künftige Arbeitskräfte für unser Unternehmen zu gewinnen.

Leadership Development

Top Executive Education

Rund 80 Top Executives nahmen 2025 an einer internationalen „Learning Journey“ in Kooperation mit der IMD Business School teil. Schwerpunkte waren Customer Centricity, KI, High Performing Teams sowie globale Trends. Durch die Kombination von fundierten Fachvorträgen renommierter Professor:innen mit praxisnahen Simulationen und interaktiven Formaten wurde dabei nicht nur der internationale Austausch, sondern auch der unmittelbare Praxistransfer gestärkt.

Neues Programm „Lead with impact!“

Im September 2025 startete unser neues Leadership-Programm „Lead with impact!“ für das mittlere Management in Österreich. Es adressiert zentrale Themen wie Digitalisierung, agile Führung, Mitarbeiterbindung, Diversität, KI, Resilienz und finanzielle Steuerung. Angeboten wird dazu ein variabler Mix aus freien Modulen zu Schwerpunktthemen, neuen Formaten wie „Talk um 11:00“, individuellen Coachings und Online-Learning. Das Programm, das insbesondere auf moderne Führung, Eigenverantwortung und nachhaltigen Unternehmenserfolg abzielt, läuft bis Ende 2026.



Anlässlich des UNIQA Sommerfests 2025 kamen zahlreiche Lehrlinge von UNIQA zu einem Workshop im UNIQA Tower zusammen.

Digital & AI Literacy

Unser Angebot an digitalen und KI-bezogenen Lernformaten haben wir 2025 ebenfalls weiter ausgebaut. Insgesamt verzeichneten wir 1.079 Teilnahmen an AI-Trainings. Darauf aufbauend wurde auch das AI-Ambassador-Programm gezielt weiterentwickelt. 22 AI Ambassadors fungieren mittlerweile als Multiplikator:innen in den einzelnen Geschäftsbereichen, fördern den verantwortungsvollen Einsatz von KI und befähigen Mitarbeitende, AI-Lösungen praxisnah anzuwenden. Seit Anfang 2026 wird nun ein gruppenweites AI- und Digital-Literacy-Programm ausgerollt. Ergänzend fördern AI Roundtables den bereichsübergreifenden Austausch zu konkreten Anwendungsfällen.

New Ways of Working

Innovative Formate wie „Agile Coffees“ oder „Creativity Breaks“ bieten kurze, praxisnahe Lernimpulse. Agile Coachings sowie Communities of Practice stärken Zusammenarbeit, Lernkultur und Feedback.

Diversity & Inclusion als strategischer Erfolgsfaktor

Vielfalt ist für uns ein zentraler Erfolgsfaktor – ethisch wie wirtschaftlich. Daten aus unserem Betriebsalltag zeigen eine klare Korrelation zwischen erlebter Inklusion, höherem Engagement, längerer Betriebszugehörigkeit sowie geringerer Fluktuation und Abwesenheit. Spezifische Dashboards machen den Themenkreis JEDI (Justice, Equity, Diversity & Inclusion) steuerbar. Für diesen datenbasierten Business Case wurden wir mit dem Award „Diversity Leader*in 2025“ ausgezeichnet.

Schwerpunkte waren 2025 weiterhin die Reduktion des Gender-Pay-Gaps, die Förderung von Frauen in Führungspositionen, die Inklusion von Menschen mit Behinderung sowie gezieltes Generationenmanagement. Auch hier verzeichneten wir im Berichtsjahr erneut wichtige Fortschritte: Der gruppenweite Gender-Pay-Gaps konnte von 3,5 Prozent (Basis: Total Target Cash) im Jahr 2025 auf 2,4 Prozent gesenkt werden. In Österreich konnte der bereits sehr gute Ausgangswert von unter einem Prozent weiterhin gehalten werden. Der Anteil von Frauen in höheren Positionen erreichte 2025 in Österreich 26,5 Prozent (2024: 25,6 Prozent), international waren es 47,4 Prozent (2024: 45,4 Prozent).

Im Bereich der Integration von Menschen mit Behinderung konnten wir die bewährten Kooperationen zu unterschiedlichen Themen in Polen, Tschechien, der Slowakei und Österreich auch 2025 fortsetzen. In Österreich hat ein Key Inclusion Assessment eine wertvolle Standortbestimmung gebracht, zudem wurde erstmals eine eigene Behindertenvertrauensperson gewählt. Weiterführende Maßnahmen sind derzeit in Planung. Den Fokus auf verstärkten Generationenaustausch wiederum unterstreichen das internationale Traineeprogramm „My unique Summer“ und die Vorbereitung eines Cross-Border-Mentorings als Ergänzung zu unseren bestehenden Mentoring-Programmen.

Gegen Diskriminierung und Machtmissbrauch

Die Sicherheit unserer Mitarbeitenden – insbesondere die psychologische Sicherheit – genießt bei uns höchste Priorität. Eine neue gruppenweite Broschüre erklärt nicht nur die unterschiedlichen Erscheinungsformen von Diskriminierung und Machtmissbrauch, sondern definiert vor allem auch klare Verantwortlichkeiten und Anlaufstellen im Unternehmen. Beschwerden werden strukturiert aufgearbeitet, erforderliche Maßnahmen umgehend getroffen. Diese Haltung wird durch klare Botschaften des Vorstands zum Thema sowie gezielte Employer-Branding-Maßnahmen unterstützt.



Netzwerke und Initiativen

Verschiedene Netzwerke für Mitarbeiter:innen treiben unsere Diversity-Agenda aktiv voran:

- Das Frauennetzwerk organisiert Podiumsdiskussionen, Webinare und Events wie den Frauenlauf.
- Das Familiennetzwerk bietet spezifische Beratungsangebote.
- Das LGBTQIA+ Netzwerk gestaltet Community-Events.
- Inklusionsinitiativen wie die Kooperationen mit „Ich in O.K.“, der SommerMusikWoche im Wiener Konzerthaus sowie der Vienna International Ballet Experience ermöglichen Begegnungen mit Menschen mit Behinderung.



Das UNIQA Frauennetzwerk bietet vielfältige Gelegenheiten zu Austausch und Networking innerhalb der Gruppe (im Bild: Sabine Pfeffer).

Auch außerhalb des Unternehmens haben wir 2025 wieder zahlreiche Initiativen unterstützt bzw. Akzente gesetzt. Beispiele dafür waren in Österreich die Mitwirkung bei der Errichtung einer Kinderkrippe in Tirol, der Disability Confidence Day sowie das Netzwerk Queer Business Women. In Tschechien und der Slowakei führten wir die landesweit größte Studie zum Thema Familie mit über 2.000 Befragten durch. Sie lieferte wichtige Erkenntnisse und Impulse sowohl für unsere Produktgestaltung als auch für unsere Positionierung als attraktive Arbeitgeberin.

Weitere Informationen zum Thema Diversity Management finden sich im Konsolidierten Corporate-Governance-Bericht ab Seite 70.

Betriebliche Gesundheitsförderung

Um unseren Weg zur besten Arbeitgeberin der Branche nachhaltig zu unterstützen, bieten wir gemeinsam mit unserer Konzerngesellschaft Mavie Work ein umfassendes Gesundheitsprogramm an – von Beratung und Coaching über Live-Sessions bis hin zu individuellen Checks. Ziel ist es, das Thema Gesundheit als festen Bestandteil unserer Unternehmenskultur zu verankern. Dies soll das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter:innen und dadurch auch die Zufriedenheit unserer Kund:innen und unseren wirtschaftlichen Erfolg nachhaltig sichern.

Group Executive Board

Wolf Gerlach

Peter Humer

Sabine Pfeffer

Kurt Svoboda

René Knapp

Wolfgang Kindl

Andreas Brandstetter



Andreas Brandstetter, 56, seit 28 Jahren in der Versicherungsbranche, ist seit 2002 Mitglied des Vorstands und seit 2011 dessen Vorsitzender. Vor seiner Zeit bei UNIQA leitete er das EU-Büro des Österreichischen Raiffeisenverbands in Brüssel. Der promovierte Politikwissenschaftler studierte in Wien und den USA und schloss einen Executive MBA an der California State University, Hayward/IMADEC ab. Darüber hinaus absolvierte Andreas Brandstetter postgraduale Weiterbildungen an der Stanford Graduate School of Business sowie an der Harvard Business School. Von 2018 bis 2024 war er Präsident von Insurance Europe, der Interessenvertretung der europäischen Versicherungen und Rückversicherungen in Brüssel.

Wolf Gerlach, 46, seit 21 Jahren in der Versicherungsbranche, ist seit 2020 Mitglied des Vorstands und für das Ressort Operations und Data & IT zuständig. Der studierte Betriebswirt startete seine Karriere bei der Allianz Gruppe, ab 2008 war er bei UNIQA im Bereich Bankvertrieb International tätig und leitete anschließend von 2010 bis 2012 den Bereich Konzernstrategie. Danach fungierte er für vier Jahre als Chief Operation Officer unserer rumänischen Tochtergesellschaft, bevor er ab 2016 als Retail-Vorstand für UNIQA in Ungarn tätig war. Wolf Gerlach absolvierte eine postgraduale Weiterbildung an der Harvard Business School.

Peter Humer, 54, seit 29 Jahren in der Versicherungsbranche, ist seit Jänner 2020 für den Bereich Kunde & Markt Österreich verantwortlich. Der promovierte Sozial- und Wirtschaftswissenschaftler startete 1996 seine berufliche Laufbahn bei UNIQA im Vertrieb, gefolgt von unterschiedlichen nationalen und internationalen Positionen im Konzern. 2009 übernahm Peter Humer die Funktionen des Vorstands der Salzburger Landes-Versicherung AG (100-Prozent-Tochterunternehmen von UNIQA) und des Landesdirektors in Salzburg, 2017 wurde er zum Vorstandsmitglied für Vertrieb der UNIQA Österreich Versicherungen AG berufen. 2019 absolvierte er eine postgraduale Weiterbildung am IMD in Lausanne sowie an der Harvard Business School.


Wolfgang Kindl, 59, seit 29 Jahren in der Versicherungsbranche, ist seit 2011 Mitglied des Vorstands und verantwortet den Bereich Kunde & Markt International. Seit 1996 für den UNIQA Konzern tätig, leitete Wolfgang Kindl von 2000 bis 2004 unsere Tochtergesellschaft in Genf und fungierte ab 2005 als Geschäftsführer von UNIQA International. Mit seiner Berufung in den Konzernvorstand im Jahr 2011 wurde er gleichzeitig zum Vorstandsvorsitzenden von UNIQA International bestellt. Seit 2024 ist er darüber hinaus Board Member von Eurapco, einer strategischen Allianz von Versiche-

rungsgesellschaften auf Gegenseitigkeit in Europa. Der promovierte Sozial- und Wirtschaftswissenschaftler absolvierte ein Postgraduate-Studium in Environmental Management. Zudem schloss er postgraduale Weiterbildungen am IMD in Lausanne sowie an der Harvard Business School ab.

René Knapp, 43, seit 18 Jahren in der Versicherungsbranche, gehört dem Vorstand seit Jänner 2020 an und verantwortet die Bereiche Asset Management, Personal Lines sowie People & Brand. Der studierte Mathematiker und anerkannte Aktuar startete im Jahr 2007 bei UNIQA und übernahm 2010 den Bereich Lebensversicherung-Mathematik. Ab 2012 leitete er den Bereich Group Actuarial, der 2015 um das Group Risk Management erweitert wurde. Neben seiner Tätigkeit für UNIQA setzt sich René Knapp nicht nur als Mitglied des Vorstands der Aktuarvereinigung Österreichs für den Berufsstand der Aktuar:innen ein, sondern nahm auch wiederholt Gastprofessuren an österreichischen Universitäten wahr. Zudem absolvierte er Executive-Programme an der Harvard Business School und der Sloan School of Management (MIT).

Sabine Pfeffer, 53, seit 32 Jahren in der Versicherungsbranche, hat im April 2023 die Leitung des Ressorts Kunde & Markt Bank Österreich übernommen und zeichnet damit für die Marke Raiffeisen Versicherung verantwortlich. Die Diplombetriebswirtin, die auch einen Master in Legal Studies sowie den Universitätslehrgang Versicherungswirtschaft an der WU Executive Academy absolviert hat, startete ihre berufliche Laufbahn 1993 bei der Generali, gefolgt von leitenden Positionen bei der Wiener Städtischen Versicherung AG, wo sie zuletzt den Verwaltungsbereich Personenversicherung verantwortete, bevor der Wechsel zu UNIQA erfolgte. Sie besitzt mehr als 25 Jahre Führungserfahrung.

Kurt Svoboda, 59, seit 29 Jahren in der Versicherungsbranche, ist seit Juli 2011 im Konzernvorstand für die Bereiche Finanz- und Risikomanagement verantwortlich. Von Dezember 2017 bis Juni 2020 fungierte er zusätzlich als CEO der UNIQA Österreich Versicherungen AG. Seine Karriere startete er im Jahr 1992 bei der KPMG Austria GmbH, bevor er nach Leitungsfunktionen bei verschiedenen Versicherungsunternehmen im Jahr 2003 als Geschäftsführer der UNIQA Finanz Service GmbH in den Konzern eintrat. Kurt Svoboda studierte Betriebswirtschaft mit den Schwerpunkten Internationale Steuerlehre und Versicherungsbetriebslehre und absolvierte einen internationalen Managementlehrgang an der Universität St. Gallen sowie postgraduale Weiterbildungen an der Stanford Graduate School of Business und der Harvard Business School.



Was wir sein wollen:

Mehr als eine
Versicherung

Seit unser Unternehmen besteht, stehen wir an der Seite unserer Kund:innen und tragen Sorge für ihre Sicherheit. Längst reicht unser Leistungsspektrum dabei über die klassische Versicherung hinaus. Denn in einer Welt voller Herausforderungen geht unsere Verantwortung wesentlich weiter. Klimawandel, Naturkatastrophen, geopolitische Spannungen, wirtschaftliche Unsicherheiten, Lieferkettenprobleme und technologische Umbrüche verändern unsere Lebensrealität. Vertrauen und Sicherheit sind in diesem Umfeld wichtiger denn je – für die Gesellschaft, für die Wirtschaft und für jede und jeden Einzelnen.

Hier kann UNIQA einen entscheidenden Beitrag leisten, denn gerade das Versicherungsgeschäft beruht ganz maßgeblich auf Vertrauen. Attraktive Produkte und hohe Servicequalität, aber auch finanzielle Stabilität sind die wichtigsten Zutaten dafür. Damit wir unsere Kund:innen auch in Zukunft in gewohnter Qualität und Verlässlichkeit begleiten können, optimieren und erweitern wir unser Geschäft kontinuierlich. Auch 2025 haben wir hier mit der Umsetzung unserer neuen Strategie „UNIQA 3.0 – Growing Impact“ wieder bedeutende Fortschritte gemacht.

UNIQA 3.0 – Growing Impact: Ahead of Plan

Erst Ende 2024 hatten wir mit „UNIQA 3.0 – Growing Impact“ unsere neue Gruppenstrategie für die Jahre 2025–2028 präsentiert. Deren Umsetzung verläuft seither so erfolgreich, dass wir bereits im November 2025 im Rahmen eines Capital Market Update in London ein Upgrade für einige der gesteckten Ziele verkünden konnten. Die Schwerpunkte der Strategie – profitables Wachstum, weitere Effizienzsteigerung und der Ausbau unserer starken Marktposition in Österreich und CEE – bleiben dabei unverändert. Übergeordnetes Ziel ist es, UNIQA als diversifizierte, attraktive Dividendenaktie mit nachhaltigem Prämien-, Ertrags- und Ausschüttungswachstum zu positionieren.

Mit „UNIQA 3.0 – Growing Impact“ setzen wir einen erfolgreichen Kurs fort, der bereits in den Jahren zuvor ein deutliches Kunden- und Prämienwachstum sowie eine Profitabilitätssteigerung im Versicherungsgeschäft gebracht hatte. Dass nun bereits nach weniger als einem Jahr ein Upgrade der meisten Wachstums- und Profitabilitätsziele möglich war, verdankt sich der konsequenten Umsetzung der Strategie und der Übererfüllung wichtiger Ziele. Der schon bisher erfolgreichen Umsetzung der Strategie verleiht dies nun noch höhere Dynamik.



René Knapp und Wolf Gerlach zeigen augenfällig, dass eine Strategieklausur zwischendurch auch Pausen braucht ...



Im Rahmen eines Capital Market Update in London im November 2025 konnte unser Vorstand nach weniger als einem Jahr ein Upgrade einiger Ziele der Strategie „UNIQA 3.0 – Growing Impact“ kommunizieren (im Bild: Kurt Svoboda, Andreas Brandstetter, Wolfgang Kindl und René Knapp).



Angesichts der guten Performance im abgelaufenen Jahr haben wir uns die Latte (in Form der Ziele unserer Strategie „UNIQA 3.0 – Growing Impact“) noch etwas höher gelegt ... (im Bild: Kurt Svoboda und Wolfgang Kindl)

Noch ambitioniertere Ziele

Unsere Ziele für die Zukunft sind damit noch ambitionierter: Das bis 2028 angestrebte jährliche Wachstum im Prämienvolumen wurde von durchschnittlich 5 Prozent auf 6 Prozent angehoben, beim Ergebnis je Aktie (EPS) peilen wir dank eines konsequenten Kostenmanagements nun ein jährliches Wachstum von mehr als 7 Prozent an (bisher: 6 Prozent). Deutlich verbessern wollen wir auch unsere Ertragskraft: Die Combined Ratio (netto) soll dauerhaft unter 93 Prozent gesenkt werden (bisher: 94 Prozent), den Zielwert für die Eigenkapitalrendite (ROE) haben wir von 12 Prozent auf über 13 Prozent angehoben. Unverändert blieb unser Ziel für die Verwaltungskostenquote, die wir weiterhin auf unter 15 Prozent reduzieren wollen.

Während das internationale Geschäft in CEE unverändert jährlich um rund 8 Prozent zunehmen soll, haben wir unser Ziel für die Prämiensteigerung in Österreich von bisher etwa 3 Prozent pro Jahr auf 4 Prozent erhöht – und wollen damit jeweils stärker wachsen als das BIP in den jeweiligen Märkten.

Gleich geblieben sind unsere Ziele für die starke Kapitalisierung, die unsere Wachstumsstrategie untermauern soll, sowie für unsere progressive Dividendenstrategie, mit der wir unsere Aktionär:innen an unserem Erfolg teilhaben lassen wollen: Die Solvenzquote, die Ende 2025 solide 275 Prozent betrug, soll in Zukunft zumindest zwischen 180 und 230 Prozent liegen. Dies verschafft uns ausreichend Spielraum für organisches Wachstum und potenzielle Zukäufe. Stetig wachsen sollen im Einklang mit der angestrebten Ertragsentwicklung auch unsere Dividenden. Basis dafür: eine Ausschüttungsquote von 50 bis 60 Prozent des Gewinns.



Sabine Pfeffer anlässlich einer Town Hall im UNIQA Tower, unserem größten regelmäßigen Mitarbeiterereignis zu strategischen Konzernthemen

Ziele für 2025 mehrheitlich übererfüllt

Hintergrund dieser Upgrades ist wie erwähnt die äußerst erfolgreiche Umsetzung der neuen Strategie im abgelaufenen Jahr. Schon nach drei Quartalen waren wir auf einem guten Weg, die Zielwerte für 2025 zu übertreffen. Gründe dafür waren die raschere Umsetzung bestehender Initiativen, die anhaltende Kostendisziplin trotz des beschleunigten Wachstums sowie das weitgehende Ausbleiben von Naturkatastrophen. Hinzu kamen in Österreich verstärkte Zuwächse in der Krankenversicherung und weitere Profitabilitätssteigerung in der Schaden- und Unfallversicherung. International wirkten sich die erfolgreiche Fortsetzung des allgemeinen Wachstumskurses sowie die anhaltend hohe Profitabilität im Schaden- und Unfallversicherungsgeschäft positiv aus.

Auf das Jahr 2025 insgesamt gesehen, übertraf das Prämienwachstum für die gesamte UNIQA Group mit 8 Prozent den Zielwert von 5 Prozent deutlich. In CEE legten die Prämien dabei um 10 Prozent zu, in Österreich lagen sie um 5 Prozent über dem Vorjahreswert.

Auch bei der weiteren Steigerung unserer Ertragskraft kamen wir 2025 rascher voran als geplant: Die Verwaltungskostenquote lag mit 15,3 Prozent bereits nach einem Jahr nur mehr knapp über der angestrebten Marke von 15 Prozent, und die Combined Ratio (netto) lag mit 91,7 Prozent bereits unter dem Ziel von 94 Prozent. Im Einklang damit übertraf auch der ROE den Zielwert von 12 Prozent mit 14,3 Prozent spürbar.

Ähnlich verhielt es sich mit unserem Weg zur besten Dienstleisterin und zur besten Arbeitgeberin der Branche. In beiden Bereichen streben wir eine Bewertung mit 4,5 von 5 Sternen an. Bei der Kundenzufriedenheit haben wir dieses Ziel mit 4,6 Sternen bereits erreicht und arbeiten nun konsequent daran, den erreichten hohen Standard nachhaltig abzusichern. Und bei der Mitarbeiterzufriedenheit – gemessen anhand des Employee Experience Index und des Engagement Index – halten wir derzeit bei jeweils 4,1 Sternen und können damit ebenfalls erfreuliche Fortschritte verzeichnen.

UNIQA 3.0 – Growing Impact

		Ziel November 2024	Ziel-Upgrade November 2025	2025	
Wirtschaftlicher Erfolg	Wachstum				
	Prämien CAGR	~ 5 %	~ 6 %	8,2 %	
	Profitabilität	EPS CAGR	› 6 %	› 7 %	22,2 %
		ROE	› 12 %	› 13 %	14,3 %
		Combined Ratio (netto)	‹ 94 %	‹ 93 %	91,7 %
		Verwaltungskostenquote		‹ 15 %	15,3 %
		CSM Sustainability Ratio		~ 90 %	72,7 %
	Kapital	Solvenzquote	180–230 %		275 %
		Ausschüttungsquote	50–60 %		52 %
	Beste Dienstleistung	Kundenzufriedenheit (1-5 Sterne)	★★★★★ 4,5		★★★★★ 4,6
Beste Arbeitgeberin	Employee Experience (1-5 Sterne)	★★★★★ 4,5		★★★★★ 4,1	
	Employee Engagement (1-5 Sterne)	★★★★★ 4,5		★★★★★ 4,1	

Starke Ausgangsposition in Österreich und CEE

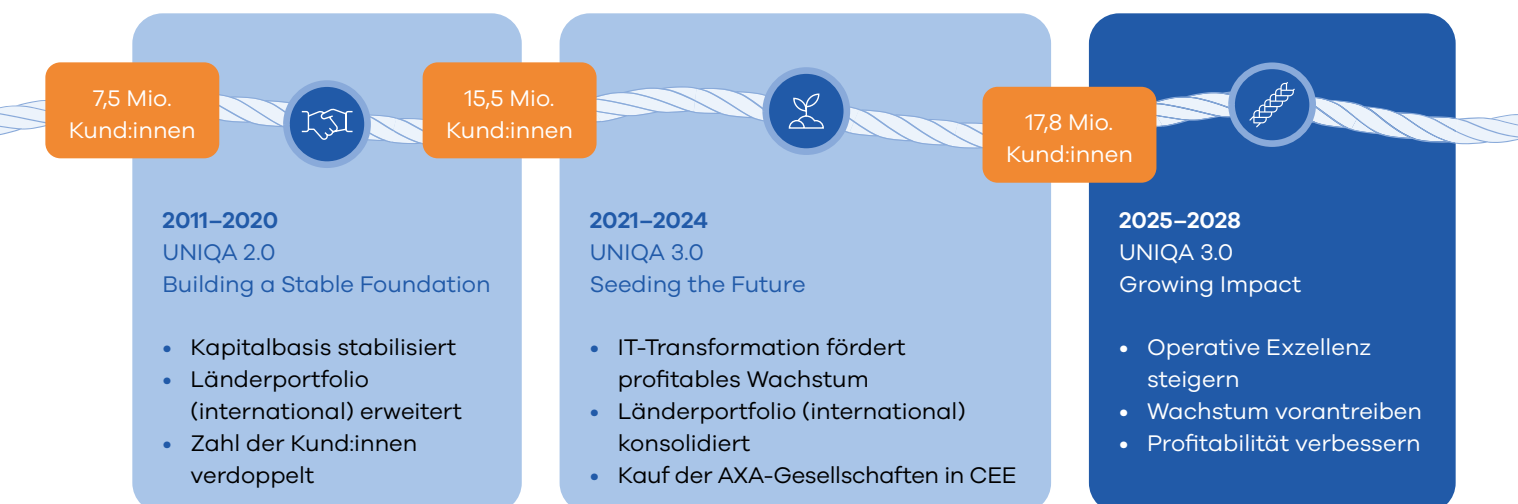
Unsere Ziele mögen ambitioniert – und nach dem Upgrade noch ambitionierter – erscheinen, sind aber angesichts unserer starken Marktposition und der bereits in früheren Jahren eingeleiteten Maßnahmen realistisch. Die Fortschritte allein im Jahr 2025 belegen dies eindrucksvoll.

UNIQA ist heute mit über 18 Millionen Kund:innen und fast 15.000 Mitarbeiter:innen in 14 Ländern einer der führenden Versicherungskonzerne in Österreich und CEE. Gestützt auf einen sehr hohen Bekanntheitsgrad unserer Marke sind wir in Österreich die Nummer 2 und gehören in vielen CEE-Ländern zu den Top-5-Versicherungen. Besonders stark ist unsere Stellung im Gesundheitsgeschäft, in dem UNIQA in Österreich klare Marktführerin ist.

Fortführung eines erfolgreichen Wegs

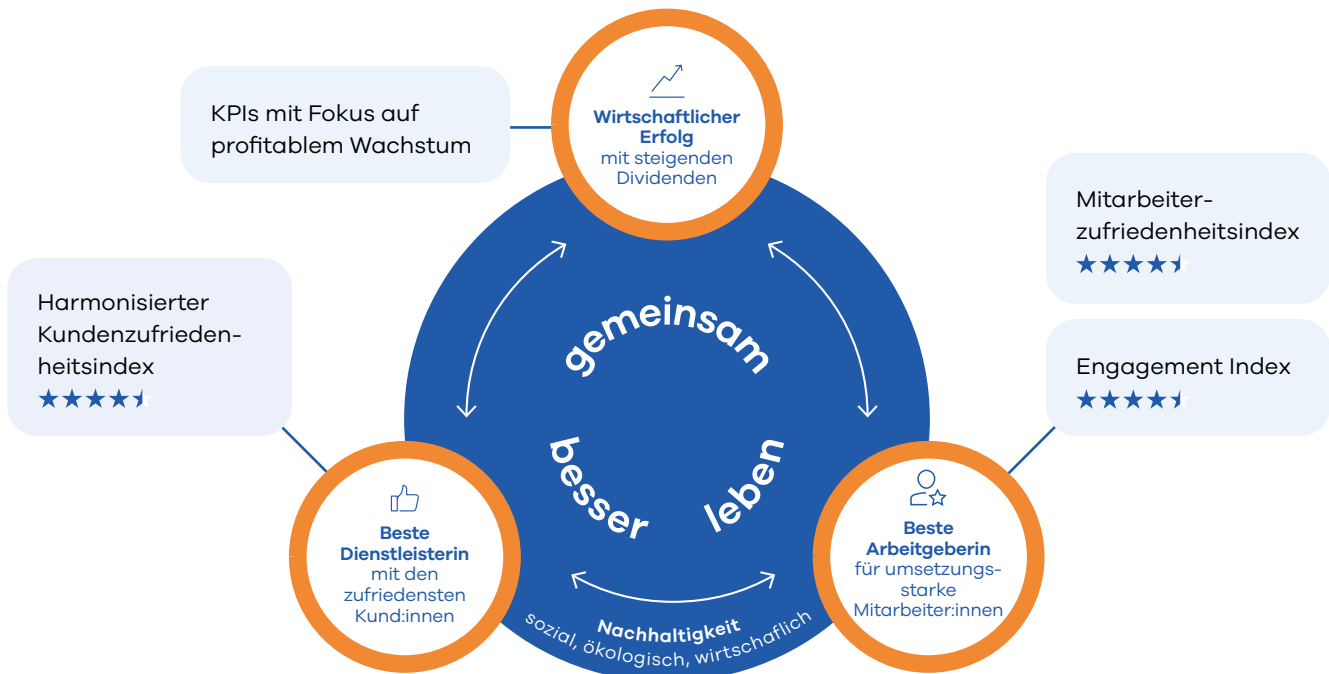
Diese starke Position verdankt UNIQA einer langfristig konsequenten Ausrichtung auf Wachstum und Ertragskraft, an der das Unternehmen seit 2011 konsequent arbeitet. Neben einem Ausbau der Kundenbasis und der Stärkung der Bilanzstruktur standen dabei die Erweiterung und Konsolidierung des Länderportfolios – besonders durch die Integration der ehemaligen AXA-Gesellschaften in Polen, Tschechien und der Slowakei, den Rückzug aus Russland und die Abgabe der Gesellschaften in Albanien, Nordmazedonien und dem Kosovo – sowie die konsequente Digitalisierung im Fokus. Parallel dazu ist es gelungen, sowohl das laufende Geschäft als auch die Kapitalbasis weiter zu verbessern. Die Zahl der Kund:innen hat sich seit dem Jahr 2011 von 7,5 Millionen mehr als verdoppelt, das Prämienvolumen stieg von 5,3 Milliarden Euro im Jahr 2011 auf zuletzt 8,4 Milliarden Euro. Die Solvenzquote erhöhte sich im letzten Jahrzehnt auf beachtliche 275 Prozent.

Profitables Wachstum und operative Transformation



Diesen Weg will UNIQA nun fortsetzen und noch forcieren. Übergeordnete Leitziele dabei sind wirtschaftlicher Erfolg sowie die Positionierung als beste Dienstleisterin und beste Arbeitgeberin der Branche.

Unsere Ziele bis 2028



Herausforderndes Umfeld

Mit dem Strategieprogramm „UNIQA 3.0 – Growing Impact“ antworten wir strukturiert auf die vielfältigen Herausforderungen, vor denen unsere Branche – ebenso wie Gesellschaft und Wirtschaft insgesamt – steht. Neben unterschiedlichen Geschwindigkeiten im wirtschaftlichen Wachstum, das wir sowohl in Österreich als auch in CEE mit unserer Prämienentwicklung übertreffen wollen, sind wir mit einem volatilen makroökonomischen Umfeld mit Unsicherheiten hinsichtlich der Inflations- und Zinsentwicklung sowie mit steigenden Schäden durch Naturkatastrophen konfrontiert. Dem begegnen wir mit einem aktiven Finanz- und Risikomanagement, das die Auswirkungen von Zinsentwicklung, Inflation und Naturkatastrophen auf unser Geschäft so weit wie möglich abfedert.

Der Klimawandel bzw. die erhöhten Anforderungen an ESG fordern aber auch in unserer Produkt-

und Anlagepolitik neue Antworten. Hinzu kommen die alternde Gesellschaft und ein Gesundheitssystem, das vielfach an seine Grenzen stößt. Hier können wir gerade als Versicherung vielfältige Angebote bieten, die zur Lösung gesellschaftlicher Probleme beitragen und gleichzeitig unseren Geschäftsradius erweitern.

Digitalisierung als Wachstumstreiber

Ein wichtiger Hebel für die Erreichung unserer Ziele ist die konsequente Digitalisierung. Seit Jahren investieren wir deshalb massiv in unsere IT-Systeme und in digitale Prozesse. Dadurch möchten wir nicht nur unsere Verwaltungskosten deutlich senken, sondern gleichzeitig den Kundenservice verbessern. Bereits heute wickelt UNIQA beispielsweise im Gesundheitsgeschäft rund 90 Prozent der Schadenmeldungen digital ab – das ist eine Verdoppelung im Vergleich zu 2020. Auch im Vertrieb setzen wir verstärkt auf digitale Kanäle, ohne dabei das wichtige Agenturgeschäft zu vernachlässigen.

Ausbau des Gesundheitsgeschäfts

Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf dem weiteren Ausbau des profitablen Gesundheitsgeschäfts. Hier will UNIQA nicht nur als Versicherung, sondern verstärkt auch als Gesundheitsdienstleisterin aktiv sein. Über unsere Tochter Mavie bieten wir bereits heute diverse innovative Gesundheitservices an – von Telemedizin über Gesundheitszentren und Privatkliniken bis hin zu Präventionsangeboten (siehe dazu ab Seite 52).

Der Gesundheitsmarkt hält große Chancen bereit: Allein in unserem Heimmarkt Österreich, in dem wir Nummer 1 in der Krankenversicherung sind, besteht ein Marktpotenzial von jährlich über 11 Milliarden Euro im privaten Gesundheitssektor. Das Prämienvolumen im Gesundheitsgeschäft soll bis 2028 um etwa 7 Prozent pro Jahr wachsen.



Andreas Brandstetter, Dr. Eva-Maria Keller, Geschäftsführerin, Herbert Obermoser, Leiter Anästhesie, und Burkhard Gantenbein, Aufsichtsratsvorsitzender der UNIQA Group, bei einem Besuch in der neu erworbenen Privatklinik Wörgl im März 2025

Höhere Erträge aus der Lebensversicherung

In der Lebensversicherung arbeiten wir daran, das auslaufende Geschäft nicht nur zu kompensieren, sondern zu übertreffen, und streben dadurch über die gesamte Gruppe gesehen eine Zunahme der Prämien an. Während der internationale Bereich hier Wachstumsraten von durchschnittlich 8 Prozent pro Jahr erreichen soll, wird das Lebensversicherungsgeschäft in Österreich weiterhin leicht rückläufig sein. Ein wichtiger Treiber für die geplanten Zuwächse in CEE ist das zunehmende Alter der Gesellschaft, das für eine steigende Nachfrage nach Pensions- und Lebensversicherungen sorgt. Wichtige Beiträge soll auch das profitable Protection Business in CEE leisten. Dazu wird nicht zuletzt auch der Abschluss unserer IT-Transformation beitragen. Betrachtet man

Lebens- und Krankenversicherung gemeinsam, streben wir eine Sustainability Ratio von mehr als 90 Prozent an.

Effizienzsteigerung in Österreich, beschleunigtes Wachstum in CEE

Regional gesehen liegt in Österreich, dem historischen Heimmarkt der UNIQA Group, unser Schwerpunkt auf einer Steigerung der Profitabilität, zu der Verbesserungen im Pricing ebenso beitragen sollen wie ein verstärkter Fokus auf KMU sowie eine Reduktion der Schadenquote durch strategisches Schadenmanagement. Gestützt auf einen wachsenden Exklusivvertrieb sind wir in den meisten Bundesländern die Nummer 1 und streben auf dieser Basis ein Prämienwachstum von nunmehr 4 Prozent pro Jahr an. Träger dieses Wachstums werden vor allem die Schaden- und Unfallversicherung sowie die Krankenversicherung sein. Begleitet wird dies von der bereits erwähnten IT-Transformation und Digitalisierung, die bis 2028 eine Verringerung der Verwaltungskostenquote auf 13 Prozent bringen soll.

Im internationalen Geschäft, in dem wir auf ein gut diversifiziertes Produkt- und Länderportfolio bauen können, streben wir steigende Ergebnisbeiträge und Dividenden an. Die Ausgangsbasis dafür ist mit Top-5-Positionen in vielen unserer CEE-Märkte und dem Wachstumsgefälle zu Westeuropa bei einer gleichzeitig noch geringen Versicherungsdichte sehr gut. Gestützt auf eine starke Kundenbasis möchten wir unser Prämienvolumen in dieser Region um jährlich 8 Prozent – und damit über dem Marktniveau – steigern und unsere Profitabilität durch Portfoliooptimierungen und operative Verbesserungen erhöhen. Die Verwaltungskostenquote soll gleichzeitig durch Digitalisierung und Skalenvorteile bis 2028 auf 14 Prozent sinken.

Nachhaltigkeit als integraler Bestandteil

Auch beim Thema Nachhaltigkeit haben wir uns ambitionierte Ziele gesetzt. Bis 2040 will der Konzern in Österreich klimaneutral werden, bis 2050 dann in der gesamten Gruppe. Kohle-, Öl- und Gasgeschäfte sollen bis 2030/35 komplett aus dem Investment- und Versicherungsportfolio verschwinden. Dass Nachhaltigkeit für uns kein Lippenbekenntnis ist, sondern konsequent in allen Geschäftsbereichen umgesetzt wird, zeigt sich auch in den ESG-Ratings, bei denen UNIQA deutlich über dem Branchendurchschnitt liegt. (Nähere Informationen zum Thema ESG siehe ab Seite 46.)

Zufriedene Kund:innen im Fokus

Unser Motto „gemeinsam besser leben“ beschreibt präzise, wie wir unsere Rolle verstehen: Wir wollen Menschen nicht erst dann begleiten, wenn ein Schaden eingetreten ist, sondern ihnen im täglichen Leben Orientierung und Sicherheit bieten. Gerade in Zeiten steigender Unsicherheit sind Verlässlichkeit und Vertrauen wichtiger denn je. Als Inspiring Coaches ermutigen wir unsere Kund:innen, ihre Zukunft eigenverantwortlich zu gestalten – und unterstützen sie mit erstklassigen Produkten und Services dabei.

Der Launch unserer Strategie „UNIQA 3.0 – Seeding the Future“ im Jahr 2020 markierte einen grundlegenden Wandel in unserer Kundenbetreuung. Anstatt uns an traditionellen Versicherungssparten auszurichten, fokussieren wir seither auf die Segmente **Retail**, **Corporate** und **Bank**. Diese Struktur erlaubt es uns, Kund:innen spartenübergreifend und konsistent zu begleiten – mit positiven Effekten auf Zufriedenheit, Bindung und Wachstum. Unser Fundament besteht aus einer starken Marke, einem attraktiven Produktangebot, effizienten Abläufen sowie modernen digitalen Services. Die fortschreitende Digitalisierung – verbunden mit unserer **Omnikanal-Strategie** – verschlankt Prozesse und hebt das Kundenerlebnis spürbar auf ein neues Niveau.

Mit unserer neuen Strategie „UNIQA 3.0 – Growing Impact“, die wir Ende 2024 präsentiert haben (Details dazu ab Seite 36), setzen wir diesen Weg fort und schärfen unsere Maßnahmen noch weiter, um unsere langfristigen Ziele konsequent zu verfolgen.



Gesundheit und Vorsorge haben in unserer Tätigkeit einen zentralen Stellenwert.

Retail: Wachstum und Kundenzentrierung

Im Retail-Segment legen wir besonderen Wert darauf, unsere führende Position in Österreich – vor allem in der Krankenversicherung – zu stärken und gleichzeitig in den CEE-Märkten nachhaltig profitables Wachstum zu erzielen. Die UNIQA Customer Platform (UCP) ist dafür unser zentrales digitales Vertriebssystem. Sie verbindet standardisierte Prozesse mit hybriden Vertriebswegen und einem stetig wachsenden Portfolio attraktiver Produkte. Eine wichtige Rolle spielt zudem die 2022 gegründete Mavie Holding, die uns beim Auf- und Ausbau unseres „Ökosystems Gesundheit“ entscheidend unterstützt. Damit verbindet der Retail-Bereich konsequent Wachstum mit Kundenzentrierung und schafft die Grundlage für eine skalierbare, zukunftsorientierte Weiterentwicklung unseres Geschäftsmodells über alle Märkte hinweg.

Unsere Ziele in Österreich sind klar definiert: die Marktführerschaft in der Krankenversicherung weiter zu festigen, das profitable Wachstum in der Schaden- und Unfallversicherung zu stärken und den Bestand in der Lebensversicherung zu stabilisieren. Mit der myUNIQA App und dem myUNIQA Kundenportal – heute von mehr als 750.000 Kund:innen genutzt – bieten wir eine zentrale digitale Drehscheibe für nahezu alle Versicherungsanliegen. Seit 2025 können – nach Leistungen in der Kranken- und Schäden in der Unfallversicherung – nun auch Kfz-Schäden über die App gemeldet werden. Die kontinuierliche Erweiterung der myUNIQA App stärkt nicht nur die digitale Interaktion mit unseren Kund:innen, sondern erhöht auch die Servicequalität und Effizienz entlang der gesamten Customer Journey.

Angesichts gestiegener Lebenshaltungskosten gewinnen gerade unsere modularen Retail-Produkte zunehmend an Bedeutung, da Kund:innen hier gezielt jene Bausteine auswählen können, die ihren Anforderungen entsprechen. Großer Beliebtheit erfreuen sich auch die 2025 neu auf den Markt gebrachten Produkte in der Kfz-, Unfall- und Krankenversicherung, die dank vielfältiger Optionen durchwegs flexibel und leicht individuell anpassbar sind. Bestätigt wird unser Kurs nicht zuletzt dadurch, dass unser Produkt „Unfallschutz Freizeit & Beruf“ beim AssCompact Award 2025 erneut den ersten Platz (Gold) in der Kategorie Unfallversicherung erreicht hat.

Ein wesentlicher Erfolgsbaustein ist für uns die präzise Ansprache unserer Zielgruppen. Mit speziellen digitalen Kampagnen richten wir uns etwa direkt an junge Erwachsene. Die speziell gestaltete Landingpage „Junges Wohnen“ kombiniert zielgruppengerechte Bildsprache mit einem integrierten Wohnversicherungsrechner. Ergänzend setzen wir mit dem datenbasierten Tool „Next Best Action“ auf intelligente Entscheidungsunterstützung für den Vertrieb. Nach einer Pilotphase im Herbst 2024 steht das System seit März 2025 allen Berater:innen im Exklusivvertrieb zur Verfügung. Dadurch gelingt es, Kund:innen individueller anzusprechen, die Beratungsqualität nachhaltig zu verbessern und die Abschlussquote zu steigern.

Parallel zu diesen digitalen Maßnahmen bauen wir auch unser physisches Vertriebsnetz weiter aus. Neben der Stärkung unserer Generalagenturen und des Außendienstes entwickeln wir moderne Webauftritte für alle Standorte. Mit rund 360 individualisierten Websites haben wir den Roll-out erfolgreich abgeschlossen. Ergänzt wird dieser Ansatz durch den myUNIQA Messenger, der eine direkte, einfache und zeitgemäße Kommunikation zwischen Kund:innen und Berater:innen ermöglicht und damit den Omnikanal-Gedanken konsequent weiterführt.

In den CEE-Märkten nutzen wir die weiterhin niedrige Versicherungsdichte gezielt für Wachstum. Wie in Österreich verfolgen wir auch hier eine konsequente Omnikanal-Strategie, die an allen Kontaktpunkten ein einheitliches Erlebnis bietet. Dabei gewinnt die digitale Customer Journey zunehmend an Bedeutung. In unserer SEE6-Region – Bosnien und Herzegowina, Bulgarien, Kroatien, Montenegro, Serbien und Rumänien – setzen wir auf die bewährte Kombination aus regionaler Steuerung, Prozessoptimierung und Synergien, um das Wachstumspotenzial der Region voll auszuschöpfen.

Bank: Marktausbau und Digitalisierung

Der Bankenvertrieb in Österreich ist ein zentraler Bestandteil unserer Wachstumsstrategie. In enger Zusammenarbeit mit unserer Bankpartnerin Raiffeisen bauen wir unsere Marktpräsenz systematisch aus. Ziel ist es, Versicherungsprodukte gezielt im Bankangebot zu verankern und so das Potenzial des Bankenvertriebs nachhaltig zu erschließen.

Auch in CEE arbeiten wir eng mit unseren Bankpartner:innen zusammen, um die Chancen dieses Vertriebskanals weiter zu nutzen. Dabei richten wir unser Portfolio konsequent an den Bedürfnissen der jeweiligen Zielgruppen aus und bieten standardisierte Produktlösungen an.

Ein zentraler Baustein unserer Strategie sind digitale Verkaufsstrecken, die Versicherungsprodukte nahtlos in den Bankenvertrieb integrieren. Digitale Prozesse unterstützen die Kundenreise, verkürzen Durchlaufzeiten und steigern die Effizienz entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Ergänzend erhöhen stationäre, digitale und telefonische Vertriebsmodelle unsere Reichweite und ermöglichen eine flexible Ansprache unterschiedlicher Kundensegmente.

Corporate: Innovative Services und ESG-Fokus

Im Firmenkundengeschäft stehen maßgeschneiderte Lösungen, umfassende Risikoexpertise und ESG-orientierte Angebote im Mittelpunkt. Mit dem Go-live des neuen Firmenkundenportals myUNIQA business im Jänner 2025 haben wir einen wichtigen Meilenstein in der digitalen Betreuung von Firmenkund:innen erreicht. Bereits in der ersten Ausbaustufe profitieren Unternehmen von einer vollständig digitalen Haftpflichtregulierung – von der Dateneingabe bis zur Statusverfolgung. Erinnerungsfunktionen und klare Statusanzeigen reduzieren den administrativen Aufwand und sorgen für mehr Übersicht im Schadenfall. Über das Rollenmanagement können Firmenkund:innen zudem Lese- und Nutzungsrechte flexibel vergeben. Damit entwickelt sich myUNIQA business zur zentralen Plattform für das Versicherungsmanagement im Unternehmen.

Als weiteres integrales Element unseres Firmenkundengeschäfts haben wir im Jahr 2025 UNIQA Sustainable verstärkt etabliert. Im Mittelpunkt stand die Weiterentwicklung präventiver Services und ESG-naher Beratungsleistungen – insbesondere in den Bereichen Klimarisiko- und Klimagefahrenanalyse, Haftpflicht-Assessment sowie Stärkung der Unternehmensresilienz.



Die Angebote wurden zunehmend mit dem Corporate-Geschäft verzahnt und haben sich auch bereits in ersten konkreten Kundenszenarien bewährt. Damit positioniert sich UNIQA Sustainable als sinnvolle Ergänzung zur klassischen Versicherung – mit dem Ziel, Unternehmen frühzeitig bei der Identifikation und Reduktion von Risiken zu unterstützen.

In den CEE-Märkten treiben wir das Wachstum im Mikro- und KMU-Bereich durch modulare Produktkonzepte, digitale Self-Service-Lösungen und branchenspezifische Angebote voran. Die zunehmende Automatisierung von Prozessen erschließt dabei auch neue Kundengruppen und stärkt unsere Marktposition in diesen Segmenten.

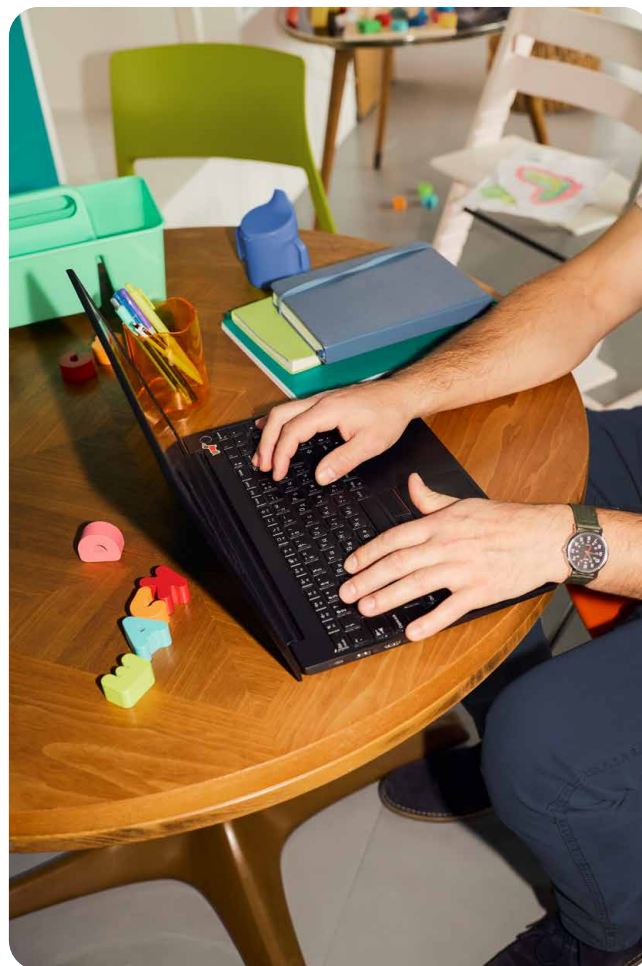
UNIQA 3.0: Digitalisierung und Skalierung

Die Digitalisierung bleibt eine der wichtigsten Triebfedern für unsere Weiterentwicklung – mit Blick sowohl auf Effizienz als auch auf Kundenzufriedenheit. Daher modernisieren wir unsere IT-Landschaft kontinuierlich und machen zentrale Funktionen skalierbar. Dies schließt eine länderübergreifende Pricing-Software, die eine noch präzisere Tarifgestaltung ermöglicht, ebenso ein wie verstärkte Investitionen in Cybersecurity. Ein zentrales Element ist zudem das KI-gestützte Tool Next Best Action, das unsere Beratungsteams mit datengestützten Empfehlungen unterstützt.

Auch der digitale Direktvertrieb gewinnt massiv an Bedeutung. Über unsere Website uniqa.at können Kund:innen Produkte vergleichen, online abschließen und Beratungstermine buchen. Online-Rechner erleichtern dabei die Tarifauswahl und ermöglichen inzwischen auch den Abschluss zahlreicher Produkte – von der Reiseversicherung bis hin zu Haushalts-, Eigenheim-, Rechtsschutz-, Unfall-, Fahrrad- und E-Bike-Versicherungen. Seit Oktober 2025 können nun auch unsere neuen ambulanten Krankenversicherungsprodukte online abgeschlossen werden.

Neben dem bereits erwähnten Messenger, der in der myUNIQA App und im myUNIQA Kundenportal eine einfache direkte Kommunikation zwischen Kund:innen und Berater:innen ermöglicht, bieten wir auch eine digitale Videoberatung an, die werktags zwischen 8.00 und 20.00 Uhr in deutscher und englischer Sprache genutzt werden kann.

Durch diese kontinuierlichen Investitionen in digitale Lösungen sowie in effiziente und skalierbare Prozesse stärken wir nachhaltig unsere Wettbewerbsfähigkeit und sichern langfristig unsere Position als führende Versicherung in unseren Kernmärkten.



Immer mehr Produkte und Services von UNIQA sind auch bequem digital zugänglich.

Konsequent unterwegs Richtung Netto-Null: UNIQA bleibt auf Kurs

Für UNIQA ist Nachhaltigkeit kein kurzfristiger Trend, sondern ein integraler Bestandteil unserer Unternehmensstrategie. Trotz spürbarer Volatilität der regulatorischen Rahmenbedingungen und des öffentlichen Interesses am Thema halten wir unverändert an unseren Klimazielen fest und richten unser Geschäftsmodell klar auf Netto-Null-Emissionen und die Ziele des Pariser Klimaabkommens aus:

„**Nachhaltigkeit** ist für UNIQA der **zentrale Rahmen** für **langfristige Wertschöpfung** und **verantwortungsvolles Wirtschaften**. Wir verfolgen die Transformation konsequent – mit **klaren Zielen, überprüfbaren Maßnahmen** und einem **langfristigen Blick** auf die **nächsten Generationen**.“

René Knapp



Klimarisiken bestehen unabhängig von politischen Rahmenbedingungen und nehmen messbar zu. Betrachtet man die vergangenen fünf Jahre, zeigt sich – sowohl in Österreich als auch in anderen UNIQA Ländern – bei den wetterbedingten Schäden klar ein steigender Trend, auch wenn es von Jahr zu Jahr starke Schwankungen gibt. Im Jahr 2025 lagen die wetterbedingten Schäden bei UNIQA zum Beispiel mit 102,6 Millionen Euro auf einem deutlich niedrigeren Niveau als im Jahr zuvor. Diese langfristigen Entwicklungen bestätigen die Relevanz und unsere Verantwortung gegenüber Kund:innen, Investor:innen, Lieferant:innen und der Gesellschaft.

Bereits seit vielen Jahren verfolgt UNIQA einen strategischen, faktenbasierten und langfristig ausgelegten Nachhaltigkeitsansatz. So verfügen wir mit unserem Transitionsplan über einen klar definierten Fahrplan zur Dekarbonisierung: Netto-Null-Emissionen in Österreich bis 2040 im Versicherungsgeschäft und in der Betriebsökologie sowie konzernweit bis 2050 in allen Kerngeschäftsbereichen. Der schrittweise Ausstieg aus Kohle, Öl und Erdgas stellt dabei einen zentralen Hebel dar. Parallel dazu erweitern wir unser Portfolio an nachhaltigen Veranlagungen kontinuierlich und erreichten mit unseren Sustainable Investments im Jahr 2025 bereits die Marke von 2,5 Milliarden Euro.

Diese konsequent nachhaltige Ausrichtung spiegelt sich auch in internationalen Bewertungen wider. 2025 konnte sich UNIQA in wichtigen externen Nachhaltigkeitsratings einmal mehr verbessern. Mit diesem kontinuierlichen Fortschritt zählen unsere Nachhaltigkeitsleistungen zu den besten der Branche, sowohl in Bezug auf Transparenz als auch auf die Wirksamkeit der implementierten Maßnahmen.

UNIQA bekennt sich weiterhin verbindlich zu renommierten Initiativen wie der Green Finance Alliance (GFA), der Net Zero Asset Owner Alliance (NZAOA), den Principles for Responsible Investment (PRI) und den Principles for Sustainable Insurance (PSI). Diese Allianzen überprüfen Maßnahmen und Zwischenziele regelmäßig und stellen sicher, dass der Transformationspfad robust und transparent bleibt.

Aktuell legen wir unseren Fokus zunehmend auch auf die Entwicklung nachhaltiger Versicherungsprodukte. Mit unserer neu entwickelten ESG Customer Strategy haben wir Prozesse und Lösungen systematisch verankert, mit denen wir Kund:innen aktiv und effektiv in ihrer Transformation begleiten.

Für 2026 liegt unser Schwerpunkt auf der weiteren Operationalisierung unseres Transitionsplans. Dazu zählen etwa die gruppenweite Umsetzung von Grünstromlösungen, die fortschreitende Elektrifizierung unseres Fuhrparks sowie weitere Maßnahmen zur Dekarbonisierung unserer eigenen Betriebsführung. Gleichzeitig bleiben Diversität & Inklusion ein unverzichtbarer Bestandteil der Unternehmensentwicklung und unserer kulturellen Ausrichtung.



Bernhard Spitaler (3. von links), Wolf Gerlach (Mitte), Andrea Sternberg (3. von rechts), Stephan Neuberger (2. von rechts) und Ernst Beizer (ganz rechts) bei einer Begehung anlässlich der Montage der neuen Photovoltaikanlage im Wiener Headquarter mit Vertretern der ausführenden Firma. Die Anlage erzeugt 100.000 kWh Sonnenstrom pro Jahr und spart damit 21 Tonnen CO₂ ein.




ESG Key Performance Indicators		2024	2025	Ziel
Betriebsführung	Treibhausgasemissionen aus selbst genutzten Gebäuden und Fuhrpark	9.965 ¹⁾ t CO ₂ e (– 16,3 % seit 2021)	10.010 t CO ₂ e (– 15,9 % seit 2021)	– 42 % (zw. 2021 und 2030)
	Elektrifizierung des UNIQA Fuhrparks	AT ²⁾ : 57,2 % UI ³⁾ : 1,1 %	AT: 74,0 % UI: 0,9 %	AT: 100 % (bis 2030) UI: 100 % (bis 2040)
Investments	Emissionsintensität des Investmentportfolios (WACI)	44 t CO ₂ e / Mio. EUR Umsatz (– 55,6 % seit 2021)	42 t CO ₂ e / Mio. EUR Umsatz (– 57,5 % seit 2021)	40 t CO ₂ e / Mio. EUR Umsatz (bis 2030)
	Sustainable Investments	2,4 Mrd. EUR	2,5 Mrd. EUR	2 Mrd. EUR (bis 2025)
Versicherungsgeschäft	Treibhausgasemissionen aus dem Firmenkundengeschäft (Scope 1 & 2)	AT: 33.933 ¹⁾ t CO ₂ e UI: 117.921 ¹⁾ t CO ₂ e	AT: 35.314 t CO ₂ e UI: 113.137 t CO ₂ e	AT: – 20 % UI: – 15 % (zw. 2022 und 2030)
	Firmenkund:innen mit Netto-Null-Zielen (AT)	55,3 %	68,6 %	100 % (bis 2040)
	Treibhausgasemissionen aus dem Retail-Motorportfolio	393.405 t CO ₂ e	389.531 t CO ₂ e	–
People	Mitarbeiter:innen	16.394 (HC ⁴⁾ davon Frauen: 9.354 davon Männer: 7.040	15.866 (HC) davon Frauen: 9.228 davon Männer: 6.636 davon Divers: 2	–
	Gender-Pay-Gap (bereinigt)	3,4 %	2,4 %	2,8 % (bis 2025)
	Frauen in obersten Führungspositionen	39,4 %	42,5 %	–
	Beste Arbeitgeberin, gemessen am EX-Index (Employee Experience Index)	4,0 Sterne von 5 Sternen	4,1 Sterne von 5 Sternen	4,5 Sterne von 5 Sternen (bis 2028)

1) Die Werte wurden neu berechnet und angepasst. Nähere Details finden sich in der nichtfinanziellen Erklärung.

2) UNIQA Österreich

3) UNIQA International

4) Head Count

ESG-Ratings	Ratingagentur	2024	2025
CDP		C	↗ A-
Morningstar Sustainalytics		18,9	↗ 17,1
S&P ESG Score		43	↗ 49



Sophie Widman vom Group ESG Office erklärt das interaktive Lernformat Klima Puzzle, das Mitarbeiter:innen auf einfache und verständliche Weise mit dem Thema Klimawandel vertraut macht.

Kompetenzen für die Zukunft stärken

Um die Nachhaltigkeitsambitionen der Gruppe wirkungsvoll nach außen tragen zu können, setzt UNIQA konsequent bei den eigenen Mitarbeiter:innen an – sie bilden das Fundament der gruppenweiten Nachhaltigkeitsstrategie und sind zentral für die erfolgreiche Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsziele.

Im Jahr 2025 haben wir diesen Schwerpunkt mit der internen Schulungsplattform UNIQA University weiter gestärkt. Die neu geschaffene Fakultät „Sustainability & Business Resilience“ bietet zahlreiche Kurse zu allgemeinen und UNIQA spezifischen nachhaltigkeitsbezogenen Themen. Das Programm wird laufend erweitert und bleibt auch 2026 ein Fokusbereich, um die entsprechenden Kompetenzen weiter auszubauen.

Zur Vertiefung des systemischen Verständnisses des Klimawandels haben wir in Österreich 2025 das sogenannte Klima Puzzle als interaktives Lernformat eingeführt. Für 2026 ist der Roll-out auf weitere UNIQA Länder vorgesehen. Ergänzend dazu fanden im Geschäftsjahr regelmäßige Workshops, Aktionstage und Vortragsformate mit internen und externen Expert:innen statt. Auch in Tschechien, der Slowakei und Polen wurden im Geschäftsjahr Aktionswochen und spezifische Lernangebote rund um das Thema Nachhaltigkeit angeboten. Eine Erweiterung dieses Angebots für Mitarbeitende in unseren weiteren Märkten ist in Ausarbeitung und wird in den kommenden Jahren schrittweise umgesetzt.





Diese Initiativen stärken nicht nur die unternehmensweite Kompetenzbasis, sondern unterstützen zudem die nachhaltige Weiterentwicklung von Produkten, Prozessen und Kundenlösungen.

Gemeinsam Resilienz entwickeln

Unser 2024 gegründetes Tochterunternehmen UNIQA Sustainable entwickelt und betreibt professionelle Dienstleistungen rund um Nachhaltigkeit, Klimarisiken, Risikomanagement und Weiterbildung und unterstützt Unternehmen dabei, ihre Nachhaltigkeitsleistung strategisch, transparent und wirksam weiterzuentwickeln. Im vergangenen Jahr haben wir hier bedeutende Fortschritte erzielt – insbesondere in der Entwicklung neuer Services sowie im Ausbau der UNIQA Sustainable Academy, die Unternehmen mit praxisnahen Trainings und Tools auf dem Weg zu einer nachhaltigen Unternehmensführung begleitet.

Ein weiterer wichtiger Meilenstein des Jahres 2025 war die erfolgreiche Umsetzung unseres ersten Projekts im Rahmen unseres neuen Services Voluntary Standard for Small- and Medium-sized Enterprises (VSME). Mit New Originals konnte dafür der erste Kunde gewonnen werden – ein Unternehmen, das hochwertige Tofuprodukte herstellt und besonderen Wert auf Qualität, regionale Zutaten und eine nachhaltige, pflanzenbasierte Ernährungsweise legt. Der von uns erarbeitete VSME-Report bietet eine klar strukturierte und glaubwürdige Darstellung der Nachhaltigkeitsleistung von New Originals, schafft Orientierung und erhöht die Transparenz gegenüber Stakeholder:innen. Damit unterstützt er die gezielte Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie sowohl des Kunden als auch der UNIQA Group.

UNIQA Sustainable – Services im Überblick

 <p style="text-align: center;">RISIKO-ENGINEERING</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asset Protection (Sachschäden & Betriebsunterbrechung) • Gebäudebewertung (Bewertung von Gebäuden & Maschinen) • Haftpflichtbewertung (Produkt-, Rückruf-, Umwelthaftpflicht, allg. Haftpflicht) • Fuhrparkbewertung • Gebäudebewertung (Bauprojekt-Risiken/ All-Risk-Bewertungen) 	 <p style="text-align: center;">NACHHALTIGKEIT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nachhaltigkeitsberichte für KMUs (VSME) • Klimarisikoanalysen (CRA) • Unternehmens-CO₂ (CCF) 	 <p style="text-align: center;">RESILIENZ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cyber-Checks/-Bewertungen • Business Continuity Management • Stresstests für Ihr Geschäftsmodell 	 <p style="text-align: center;">ACADEMY</p> <ul style="list-style-type: none"> • ESG & Nachhaltigkeitsgrundlagen • Betriebsrisiken & Resilienz-Bewusstsein • Cyber- & AI-Risiko-Trainings
--	---	---	---

Auch im Bereich Klimarisikoanalyse konnten wir bereits erste Kundenprojekte erfolgreich umsetzen – eines davon gemeinsam mit dem Unternehmen brotsüchtig, einer handwerklichen Bäckerei, die für hochwertige regionale und nachhaltig produzierte Backwaren steht. Die von uns erstellte Klimarisikoanalyse liefert brotsüchtig wertvolle Einblicke in mögliche physische Risiken, die durch den Klimawandel entstehen können, und zeigt konkrete Handlungsoptionen auf. Dadurch gewinnt das Unternehmen Planungssicherheit, stärkt die Resilienz seiner Lieferketten und kann seine nachhaltige Ausrichtung langfristig absichern.

Die im vergangenen Jahr erfolgreich gestartete UNIQA Sustainable Academy haben wir 2025 weiter ausgebaut: Mit der neuen Lernplattform für externe Geschäftskund:innen stehen mehrsprachige Onlinekurse zu den Themen ESG-Risiken, Nachhaltigkeit und Klimawandel zur Verfügung, die direkt buchbar und in unseren Zielländern nutzbar sind.

In enger Kooperation mit der UNIQA University entstand zudem eine Ausbildungsschiene für Risikoingenieur:innen und Gewerbemanager:innen von UNIQA zu den Themen Klimawandel, Nachhaltigkeit und Cyber Risiken.



Marcel Gabalin, Andreas Bertl und René Knapp beschäftigen sich im Rahmen des UNIQA Umwelttags 2025 mit den Auswirkungen des Klimawandels auf das Versicherungsgeschäft.

A young woman with dark hair tied back, wearing glasses and a beige turtleneck, is smiling while talking on a black mobile phone. She is sitting at a desk, holding a pen over an open notebook. The background shows a large window with a grid pattern, letting in bright sunlight. A green horizontal bar is visible behind her.

Marie

Das „Ökosystem
Gesundheit“ von
UNIQA wächst

Es tut sich viel in der 2022 gegründeten Gesundheits-Holding von UNIQA: Dank Akquisitionen, neuer Angebote und Partnerschaften sowie eines gestärkten Marktauftritts hat Mavie ihre Präsenz 2025 einmal mehr deutlich vergrößert. Das Angebot von Mavie hat sich dadurch sowohl in Österreich als auch in CEE stark erweitert, mittlerweile ist die Gruppe in zehn Märkten präsent – um acht mehr als noch vor einem Jahr. Gleichzeitig stieg die Zahl der B2B-Kund:innen auf mehr als 1.000. Die hohe Dynamik schlägt sich auch in der Umsatzentwicklung nieder: Mavie Next und ihre Tochterunternehmen erzielten im vergangenen Jahr ein beachtliches Umsatzplus von 48,6 Prozent. Dass Mavie auf dem richtigen Weg ist, bestätigt auch die Steigerung der gestützten Markenbekanntheit in Österreich um weitere 10 Prozentpunkte allein im Jahr 2025.

Gesundheit: Markt mit hohem Potenzial

Gesundheit ist für die Menschen essenziell. Doch das bestehende Gesundheitsangebot stößt immer mehr an seine Grenzen: Die alternde Gesellschaft, die Zunahme chronischer Erkrankungen sowie wachsende mentale Belastungen führen zu immer größeren Herausforderungen. Zudem steigen die Kosten, und der Fachkräftemangel verschärft die Situation zusätzlich. Prävention gewinnt damit immer mehr an Bedeutung. Bis dato fließen allerdings nur 4,2 Prozent der österreichischen Gesundheitsausgaben in die Vorsorge. Die restlichen rund 95 Prozent werden für die Wiederherstellung der Gesundheit ausgegeben. Der OECD-Durchschnitt liegt mit 3,4 Prozent sogar noch niedriger. Auch in Österreich gehen nur 18 Prozent der Menschen regelmäßig zur kostenlosen Vorsorgeuntersuchung, obwohl 50 Prozent der Krebstodesfälle durch regelmäßige Vorsorgeuntersuchungen vermeidbar wären. Gleichzeitig hält der Gesundheitsmarkt große Chancen bereit: Allein in Österreich besteht ein Marktpotenzial von jährlich rund 10 Milliarden Euro im privaten Gesundheitssektor.

Hier sind neue Konzepte gefragt. Gesundheitsangebote von Arbeitgeber:innen werden immer relevanter, und auch das individuelle Vorsorgebewusstsein muss gestärkt werden. Ebenso gilt es, im Krankheitsfall eine effiziente, hochwertige Behandlung sicherzustellen – stationär ebenso wie ambulant, unterstützt durch digitale Angebote – und ein qualitativ hochwertiges Betreuungsangebot für ein Altern in Würde zu schaffen.

Das „Ökosystem Gesundheit“ von UNIQA

Genau dieser Herausforderung stellt sich UNIQA und positioniert sich – in erster Linie über die in der Mavie Holding zusammengefassten Unternehmen – als ganzheitliche Gesundheitsanbieterin. Als österreichische Marktführerin in der privaten Krankenversicherung kann UNIQA hier wertvolle Beiträge leisten und ist deshalb seit einigen Jahren verstärkt im Vorsorge- und Gesundheitssektor aktiv.



Stressprävention als Schwerpunktthema

Der Umgang mit Stress und mentalen Belastungen ist zentrales Element aller Aktivitäten von Mavie. Um Entwicklungen

auf diesem Gebiet früh zu erkennen, gibt Mavie jährlich eine umfassende Stress-Studie in Auftrag. Die aktuelle Erhebung aus dem Jahr 2025 zeigt: 70 Prozent der Österreicher:innen fühlen sich oft oder sehr oft gestresst, besonders durch Arbeit. Die Ergebnisse unterstreichen die Bedeutung präventiver Maßnahmen – von betrieblicher Gesundheitsförderung über digitale Services bis hin zu neuen Diagnostikangeboten wie dem 2025 neu eingeführten Stresshormontest von MavieMe.

Das vielfältige Portfolio reicht dabei von Privatkliniken, Ärztezentren und Ambulatorien über Gesundheitsnetzwerke wie LARA, VitalCoaches oder VitalHotels bis hin zu 24-Stunden-Betreuung, betrieblichem Gesundheitsmanagement und Organisationsentwicklung, Telemedizin und innovativen Gesundheits- und Vorsorgetests für zu Hause. Kontinuierliches Wachstum sorgt für immer neue Angebote und ermöglicht es, bestehende wie auch neue Kund:innen bestmöglich zu betreuen.

Mavie Holding: Holistisches Gesundheitsangebot

Gebündelt sind all diese Angebote unter dem Dach der Mavie Holding. Diese wurde 2022 gegründet, um das „Ökosystem Gesundheit“ von UNIQA gezielt weiterzuentwickeln und neue Geschäftsfelder zu erschließen. Sie identifiziert Innovationspotenziale und treibt den Ausbau zukunftsweisender Gesundheitslösungen voran.

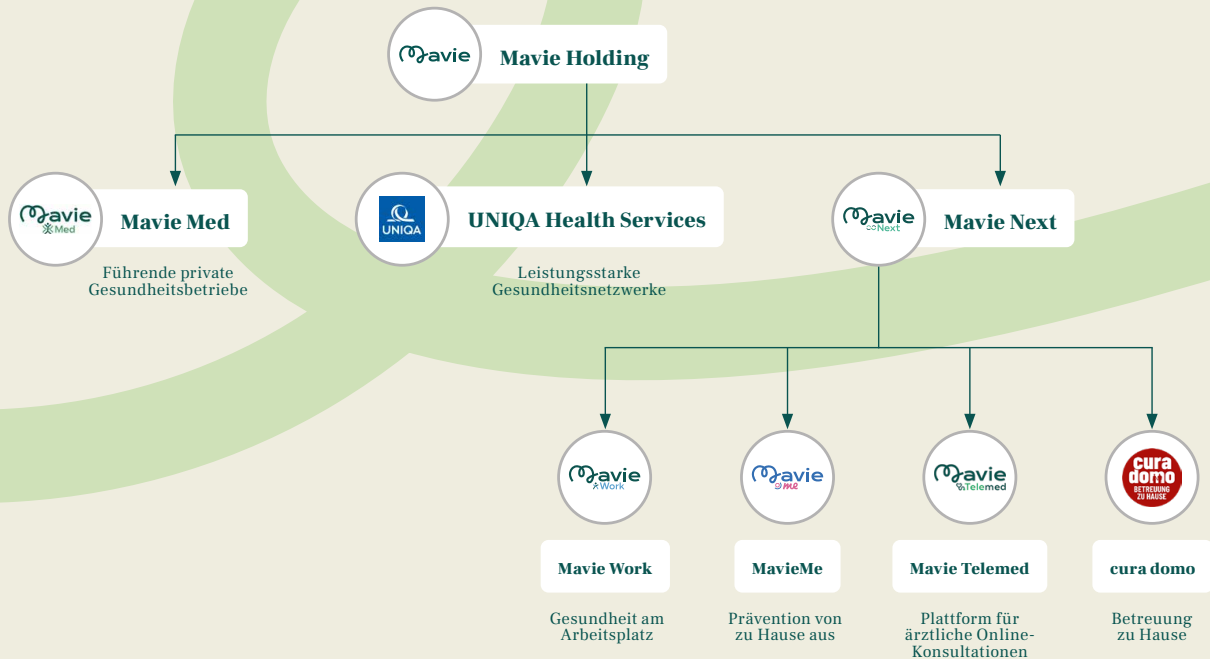
Unter dem Dach der Holding agieren folgende Bereiche:

- **Mavie Next** umfasst die betriebliche Gesundheitsvorsorge von **Mavie Work**, einer führenden Anbieterin von präventiven und diagnostischen Gesundheitslösungen sowie Organisationsentwicklungsservices für Unternehmen. Weiters hält Mavie einen 70-Prozent-Anteil an **cura domo**, dem österreichischen Marktführer für 24-Stunden-Betreuung. 2023 wurde das Port-

folio um **MavieMe** erweitert, die innovative Gesundheits- und Vorsorgetests für zu Hause anbietet. Im selben Jahr stärkte Mavie durch die Übernahme des polnischen Telemedizinanbieters **Telemedi** auch ihre Position im europäischen Telemedizinmarkt. Parallel dazu treibt Mavie Next die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle im Gesundheitssektor voran.

- **Mavie Med** repräsentiert mit ihren Privatkliniken, Ärztezentren und Ambulatorien eine exzellente medizinische Versorgung auf höchstem Niveau. Insgesamt versorgte Mavie Med 2025 rund 52.000 stationäre und 135.000 ambulante Patient:innen.

- Das **UNIQA Health Service** betreibt Gesundheitsnetzwerke wie **LARA** und bietet Dienstleistungen für eine rasche und vernetzte Gesundheitsversorgung. Rund 7.500 **Netzwerkpartner:innen** ermöglichen medizinische Beratung, Diagnostik und Prävention.



Dass Mavie mit seiner Vision auf dem richtigen Kurs ist, bestätigte 2025 der Einstieg eines starken Partners: Im Mai 2025 beteiligte sich die Raiffeisen-Holding NÖ-Wien als strategischer Partner an Mavie Next und wird in den kommenden Jahren rund 100 Millionen Euro investieren, um gemeinsam innovative und niedrigschwellige Gesundheitsangebote voranzutreiben.

Mavie Work: Marktpräsenz massiv vergrößert

Eine deutliche Erweiterung des Aktionsradius gelang 2025 Mavie Work, der für betriebliches Gesundheitsmanagement und Organisationsentwicklung verantwortlichen Tochtergesellschaft von Mavie Next: Durch die Akquisition von Assessment Systems, einem führenden Anbieter für wissenschaftlich fundierte Persönlichkeitsdiagnostik zur Talente- und Führungskräfteentwicklung sowie von Leistungen der betrieblichen Gesundheitsförderung, stieg Mavie Work zu einem der führenden Anbieter ganzheitlicher betrieblicher Gesundheit in CEE auf. Das Unternehmen näherte sich damit seiner Vision, der Anbieter für ganzheitliche, betriebliche Gesundheitsförderung mit dem höchsten Impact in CEE zu werden, um einen wichtigen Schritt an.



Ganzheitliche Gesundheitsprogramme für gesündere Mitarbeiter:innen

Angebot/Leistungen

Betriebliches Gesundheitsmanagement durch Angebote für körperliche und mentale Gesundheit sowie organisatorisches Wohlbefinden (Employee Assistance Program, Diagnostik und Gesundheits-Check-ups, Ernährung, Organisationsentwicklung, Führungskräfteentwicklung, Arbeits- und Organisationspsychologie)

Gemeinsam mit Mavie Med: gesetzliche arbeitsmedizinische Gesundheitsleistungen aus einer Hand

Kund:innen

> 1.000 Unternehmen in Österreich und CEE

work.mavie.care

Die Zahl der Länder, in denen Mavie Work ihre Services anbietet, stieg durch die Akquisition von zwei auf acht. Damit wird das Employee Assistance Program von Mavie Work nach Österreich und – seit 2024 – Deutschland nun auch in Tschechien, der Slowakei, Ungarn, Polen, Kroatien und Serbien angeboten. Die Akquisition erhöhte die Anzahl der B2B-Kund:innen um 750 auf mehr als 1.000 und trägt damit signifikant zum starken Wachstum des Ökosystems Mavie bei. Die Zahl der Berater:innen von Mavie Work wuchs von rund 40 auf etwa 130, die Zahl der angebotenen Sprachen nahm auf über 20 zu. Damit können die unterstützten Mitarbeiter:innen unabhängig von ihrem Standort persönliche Begleitung in ihrer Muttersprache erhalten – insbesondere für Unternehmen mit internationalen Teams ein hochattraktives Service.



Bereits 10.000 Patient:innen beraten

Großer Beliebtheit erfreut sich das Mavie Health Mobil, das österreichweit Diagnostik auf vier Rädern bietet. Es bringt effiziente, niedrighwellige Vorsorge-Screenings inklusive Arztgespräch direkt an Firmenstandorte. Die Betreuung erfolgt durch qualifizierte medizinische Fachkräfte von Mavie Med und Partnerärzt:innen aus ganz Österreich. Damit ist das Mavie Health Mobil ein wertvoller Baustein im Präventionsangebot von Mavie Work. Denn laut Statistik Austria nehmen nur 18 Prozent der Österreicher:innen jährlich die kostenlose Vorsorgeuntersuchung wahr, über ein Viertel nennt Zeitmangel als Hauptgrund. Anfang Dezember 2025 konnte bei der Salzburg AG bereits der 10.000ste Patient im Mavie Health Mobil begrüßt werden.

Die Zeichen bei Mavie Work stehen jedoch auch weiterhin auf Wachstum: Ende 2025 gab Mavie die Übernahme von Wellbeing Polska, einem der führenden Corporate-Health-Anbieter in Polen mit rund 200 B2B-Kund:innen, bekannt. Das Unternehmen konzentriert sich auf körperliche Gesundheit, integrierte Bewegungs- und Präventionsprogramme sowie digitales Coaching zur nachhaltigen Verbesserung der Mitarbeitergesundheit – und weist dabei im Marktvergleich überdurchschnittliche hohe Nutzungsraten auf. Die Expertise von Wellbeing Polska wird nun in das gesamte Leistungsangebot von Mavie Work integriert, um die Gesundheit und Leistungsfähigkeit von Mitarbeiter:innen sowie Unternehmen weiter zu stärken.

Mavie Teled: Weiterer Ausbau des Angebots

Mavie Teled bietet eine Plattform für digitale Gesundheitsversorgung in Form von Online-Arztkonsultationen. Der Einstieg in dieses Geschäftsfeld erfolgte 2023 mit der Übernahme des polnischen Marktführers Telemedi, der die Zahl der durchgeführten Konsultationen 2025 auf mehr als 1 Million weiter steigern konnte. Seit 2024 sind telemedizinische Leistungen auch in Österreich verfügbar. Damit haben rund 500.000 anspruchsberechtigte UNIQA Privatarzt-Kund:innen Zugang zu einer unkomplizierten digitalen ärztlichen Beratung – sieben Tage die Woche, von 7.00 bis 22.00 Uhr. Das Service kann direkt über die myUNIQA App gebucht werden und bietet eine bequeme, niedrigschwellige Ergänzung zu physischen Arztbesuchen. Ebenfalls bereits 2024 begann der Roll-out von Mavie Teled in Serbien, Montenegro, Kroatien sowie Bosnien und Herzegowina.

Kurz vor Jahresende 2025 gab Mavie Next die Übernahme eines Mehrheitsanteils von 70 Prozent am tschechischen Gesundheitsdienstleister uLekare.cz bekannt, der führenden digitalen Gesundheitsplattform in Tschechien, der Slowakei und Ungarn. Mehr als 270 Unternehmenskund:innen mit über 150.000 Mitarbeiter:innen nutzen die digitale Plattform von uLekare.cz, die digitale und physische Gesundheitsversorgung nahtlos miteinander verbindet. Gemeinsam mit Mavie Work wird das Angebot von uLekare.cz nun weiter ausgebaut und in neue Märkte ausgerollt – bei gleichbleibender Qualität und Kontinuität für bestehende Kund:innen. Unternehmen erhalten damit einen integrierten, niedrigschwelligen Zugang zu medizinischer Versorgung, Prävention und psychosozialer Unterstützung für ihre Mitarbeiter:innen. uLekare.cz adressiert diesen Bedarf mit einer End-to-End-Plattform, die präventive Gesundheitsinhalte, einen medizinischen Concierge-Service sowie ein Callcenter umfasst.



Digitale ärztliche Beratung

Angebot/Leistungen

Plattform für Online-Konsultationen für Ärzt:innen und Patient:innen; Online-Konsultationen per Video, Telefon oder Chat als bequeme, niedrigschwellige Alternative zu physischen Arztbesuchen

Konsultationen

> 1 Mio. Konsultationen im Kernmarkt Polen im Jahr 2025

 mavie.care

MavieMe: Neue Tests auf dem Markt

MavieMe wurde im Mai 2022 als innovatives Angebot für personalisierte Gesundheitsdiagnostik gegründet. Kund:innen von MavieMe können Gesundheits- und Vorsorgetests bequem von zu Hause aus durchführen. Wurden zunächst **Blut- und Darmmikrobiomtests** angeboten, brachte Mavie 2025 drei weitere Tests auf den Markt: Der **Allergietest** prüft 98 Allergene und zeigt den Nutzer:innen ihre individuellen Sensitivitäten auf, der **Stresshormontest** gibt Einblick in den körperlichen Umgang mit Stress, und der **Glukose Guide** unterstützt bei der Beobachtung des Gewebezuckerspiegels. Alle Tests können online nach Hause bestellt und bequem per Post zur Analyse in akkreditierten Partnerlabors eingeschickt werden.

Seit 2022 hat MavieMe insgesamt bereits rund 21.000 Testkits verkauft, davon rund 9.200 allein im abgelaufenen Jahr. Je nach Testtyp werden die Ergebnisse von selbstständigen Partner-Ärzt:innen überprüft und verständlich eingeordnet, zudem können sich die Nutzer:innen mit Ernährungsberater:innen austauschen. Bei etwa einem Viertel aller Kund:innen empfiehlt Mavie eine weiterführende Abklärung durch eine Ärztin oder einen Arzt, wenn die festgestellten Parameter auf weitergehende Risiken oder Unregelmäßigkeiten hinweisen.



Ein weiterer Meilenstein

MavieMe Zuhasetests in über 500 österreichischen BIPA Filialen – seit April 2026



Vorsorge bequem von zu Hause aus

Angebot/Leistungen

Blut-, Mikrobiom- und Speicheltests für bequeme und niedrigschwellige Vorsorge und Früherkennung von zu Hause aus

Verkaufte Testkits

Rund 9.600 im Jahr 2025

mavie.me

Mavie Med: Umfangreiche Investitionen in medizinische Exzellenz

Mavie Med, seit 2011 Teil der UNIQA Familie, investiert konsequent in das Leistungsangebot ihrer Gesundheitsbetriebe. Die Bauarbeiten für den gemeinsamen Neubau für die **Privatkliniken Confraternität** und **Goldenes Kreuz** in der Wiener Skodagasse starten im ersten Halbjahr 2026. Das Spital wird 120 Betten, sechs Operationssäle, vier Kreißsäle sowie ein Ordinations- und Tagesklinikzentrum umfassen. Die Fertigstellung ist für 2028 geplant.

In der **Privatklinik Döbling**, der leistungsstärksten Privatklinik Österreichs, ging Anfang 2025 ein moderner Zubau in Betrieb. Er umfasst unter anderem drei hochmoderne Operationssäle mit Tageslicht, vier neue Kreißsäle, eine zentrale Sterilisation und 19 weitere Zimmer. Seit Sommer 2025 verfügt die Privatklinik Döbling zudem über einen da Vinci Xi und setzt damit als erste Privatklinik Österreichs auf die modernste OP-Roboter-Generation für roboterassistierte Chirurgie.

Eine bedeutende regionale Erweiterung gelang Mavie Med Anfang 2025 mit dem Kauf der **Privatklinik Wörgl**. Die Klinik verfügt über 29 Betten und ein breites medizinisches Angebot, darunter Unfallchirurgie, Sporttraumatologie, orthopädische Chirurgie, Gefäßchirurgie, Augenheilkunde und eine Erstversorgungsambulanz.

Ende 2025 gab Mavie Med die geplante Übernahme des Arbeitsmedizinischen Zentrums Meditrina (AMZ) bekannt. Mit Standorten in Wien und Kapfenberg betreut das AMZ österreichweit Unternehmen und ihre Betriebsstätten mit einem umfassenden Leistungsspektrum, das Arbeitsmedizin, Arbeitspsychologie, Gesundheitsförderung und Wiedereingliederungsmanagement umfasst. Mit den Leistungen des AMZ wird auch das gemeinsame Corporate-Health-Angebot von Mavie Med und Mavie Work weiter gestärkt. Für Unternehmenskund:innen entsteht dadurch ein noch umfangreicheres Gesundheitsangebot, mit dem sie ihre Mitarbeiter:innen unterstützen können – von gesetzlich erforderlichen bis hin zu freiwilligen Leistungen.



Der geplante Neubau der Privatkliniken Confraternität und Goldenes Kreuz in der Wiener Skodagasse



Führender Betreiber privater Gesundheitseinrichtungen

Angebot/Leistungen

Leistungsfähiges Angebot in den Bereichen stationär, tagesklinisch, ambulant sowie Rehabilitation mit Fokus auf exzellente medizinische Betreuung, Servicequalität und optimierte Abläufe

Patient:innen

rund 52.000 stationär und rund 135.000 ambulant im Jahr 2025

 mavie-med.at

cura domo: Mehr als 400.000 Betreuungstage

Bereits 2021 hatte sich Mavie Next mit 39 Prozent an dem führenden Anbieter von 24-Stunden-Betreuung in Österreich beteiligt. Angesichts der sehr zufriedenstellenden Entwicklung des Unternehmens erhöhte Mavie ihre Beteiligung 2024 auf 70 Prozent. Der steigende Bedarf an häuslicher Betreuung macht diese Expansion zu einem wichtigen Element der Wachstumsstrategie von Mavie. 2025 verzeichnete cura domo erneut ein Umsatzwachstum von 12,7 Prozent. Erstmals konnte das Unternehmen dabei mehr als 400.000 Betreuungstage verrechnen, Tendenz weiter steigend.



Österreichs Nummer 1 für 24-Stunden-Betreuung

Angebot/Leistungen

Betreuung zu Hause, betreutes Wohnen und Facility-Management

Betreuungstage

> 400.000 im Jahr 2025

[curadomo.at](https://www.curadomo.at)



UNIQA Health Service: leistungsstarke Gesundheitsnetzwerke

Angebot/Leistungen

Service und Convenience durch Partnernetzwerke (LARA, VitalHotels, VitalCoaches etc.) mit zahlreichen Gesundheitsdienstleister:innen (rasche Terminvereinbarung, 24/7-Service, Online-Terminbuchung, ärztliche Versorgung, Prävention, Wellness, Fitness etc.)

Durch unsere Partner:innen erbrachte Leistungen

42,7 Mio. Euro

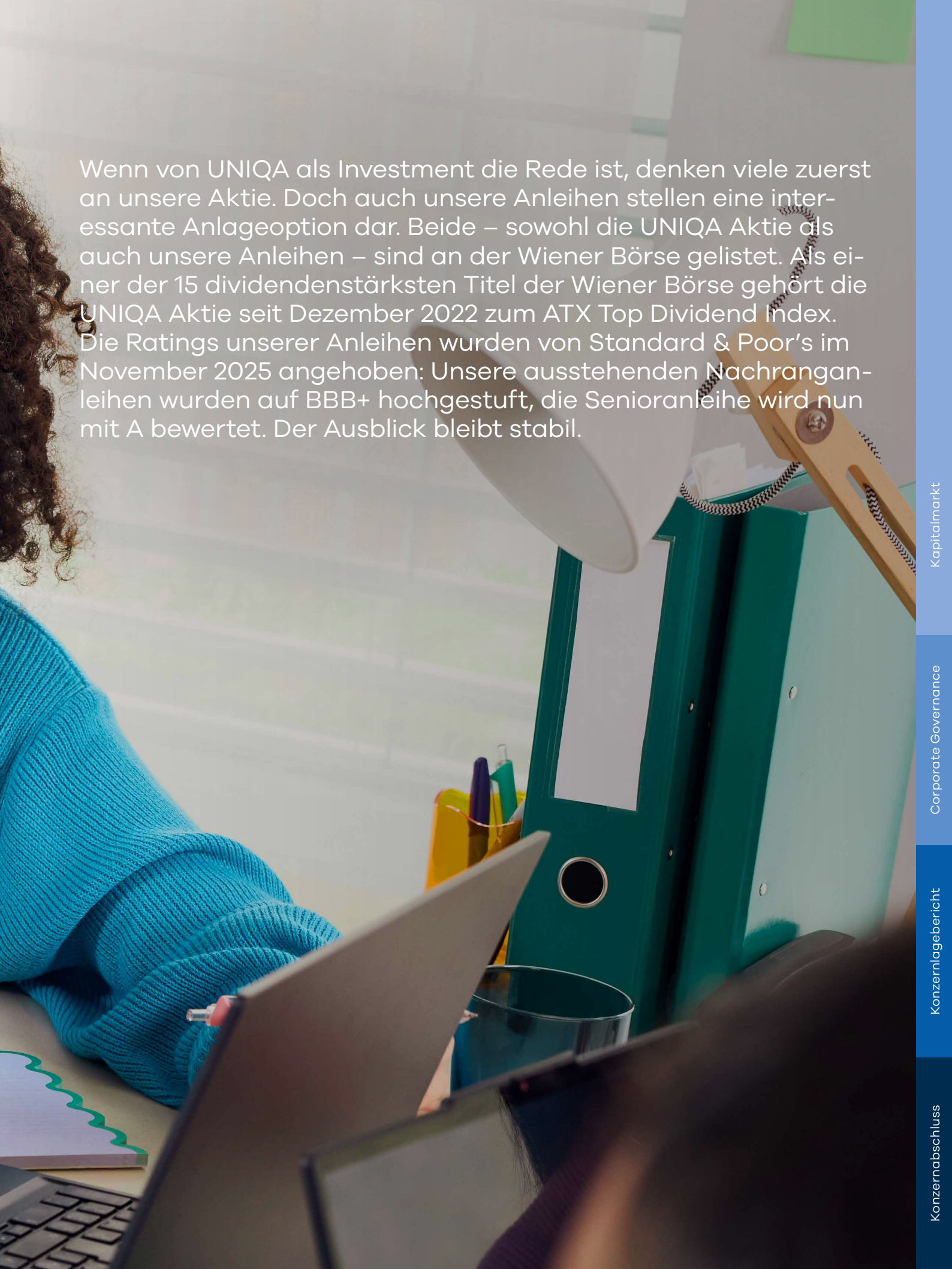
Netzwerkpartner:innen

rund 7.500 im präventiven und kurativen Bereich, signifikantes Wachstum durch Kooperationen (Ärztammer, Latido etc.)



Was wir Anleger:innen bieten:

Attraktive Investments
in Aktien und Anleihen



Wenn von UNIQA als Investment die Rede ist, denken viele zuerst an unsere Aktie. Doch auch unsere Anleihen stellen eine interessante Anlageoption dar. Beide – sowohl die UNIQA Aktie als auch unsere Anleihen – sind an der Wiener Börse gelistet. Als einer der 15 dividendenstärksten Titel der Wiener Börse gehört die UNIQA Aktie seit Dezember 2022 zum ATX Top Dividend Index. Die Ratings unserer Anleihen wurden von Standard & Poor's im November 2025 angehoben: Unsere ausstehenden Nachranganleihen wurden auf BBB+ hochgestuft, die Senioranleihe wird nun mit A bewertet. Der Ausblick bleibt stabil.

Diese positive Bewertung basiert auf einer nachhaltig starken Performance unserer Gruppe. Auch 2025 konnte UNIQA ihre dynamische Geschäftsentwicklung fortsetzen, parallel dazu liegen wir bei der Implementierung unserer neuen Strategie klar über Plan. Unterstützt durch das weitgehende Ausbleiben von Naturkatastrophen erreichten wir ein Rekordergebnis von 516 Millionen Euro. Dabei legte das versicherungstechnische Ergebnis über alle Geschäftsbereiche hinweg auf insgesamt 711 Millionen Euro deutlich zu. Die Combined Ratio (nach Rückversicherung) lag bei ausgezeichneten 91,7 Prozent. Das Ergebnis je Aktie lag mit 1,38 Euro ebenfalls so hoch wie nie zuvor. Der Hauptversammlung im Juni 2026 werden wir deshalb eine stark erhöhte Dividende von 72 Cent je Aktie vorschlagen.

Kapitalmarkt trotz schwierigen geopolitischen Rahmenbedingungen

Das Jahr 2025 war von geopolitischen Unsicherheiten, schwankenden Zinserwartungen und ausgeprägten Währungsschwankungen gekennzeichnet. Trotz erhöhter Volatilität entwickelten sich die Aktienmärkte insgesamt positiv, während Anleihen in Summe geringere Erträge als im Vorjahr erzielten.

Aktienmärkte: Deutliche Kursgewinne

Die Aktienmärkte legten 2025 deutlich zu. Der Euro Stoxx 50 verzeichnete ein Plus von mehr als 18 Prozent, während der deutsche Leitindex DAX um rund 23 Prozent zulegte. In den USA gewann der S&P 500 im Jahresverlauf mehr als 16 Prozent, der Nikkei 225 stieg um 26 Prozent. Der ATX fuhr mit einem Plus von mehr als 45 Prozent überhaupt seinen höchsten Jahresgewinn seit 2005 ein.

Nach einem starken Jahresauftakt europäischer Aktien kam es insbesondere im ersten Halbjahr zu erhöhten Kursschwankungen. Stagflationssorgen in den USA, wechselnde Erwartungen an die Zinspolitik der Notenbanken sowie handelspolitische Maßnahmen der US-Regierung belasteten die Märkte zeitweise. Im weiteren Jahresverlauf unterstützten Fortschritte im Handelskonflikt zwischen den USA und China, robuste Unternehmensgewinne sowie Zinssenkungen der US-Notenbank die Aktienmärkte. Im Schlussquartal führten hohe Bewertungen, insbesondere bei großen US-Technologiewerten, Unsicherheiten im Hinblick auf den weiteren Zinspfad der Fed sowie erhöhte Marktvolatilität zu einer Abschwächung der Aufwärtsdynamik.

Anleihenmärkte: Geringe Erträge bei divergierender Renditeentwicklung

An den Anleihenmärkten blieb das Umfeld auch 2025 herausfordernd. Staatsanleihen erzielten insgesamt nur geringe Erträge. Die Renditeentwicklung war von einer deutlichen Divergenz zwischen den USA und der Eurozone geprägt. In Deutschland stiegen die Renditen im Jahresverlauf an, insbesondere am langen Ende der Zinsstrukturkurve. Die Rendite zehnjähriger deutscher Bundesanleihen lag zum Jahresende bei rund 2,7 Prozent bis 2,8 Prozent. In den USA gingen die Renditen hingegen zurück: Zehnjährige US Treasury Bonds rentierten zuletzt mit etwa 4,4 Prozent bis 4,5 Prozent. Die grundsätzlich positive Kursentwicklung von US-Anleihen wurde aus Sicht von Euro-Investor:innen durch die deutliche Abwertung des US-Dollars weitgehend kompensiert.

Geldpolitik: Unterschiedliche Zinspfade in Europa und den USA

Die Geldpolitik der Zentralbanken verlief 2025 uneinheitlich. Die Europäische Zentralbank senkte ihre Leitzinsen im Jahresverlauf mehrfach und beendete ihren Zinssenkungszyklus im Juni bei 2,0 Prozent. Die US-Notenbank Fed hielt die Zinsen zunächst stabil und nahm erst im zweiten Halbjahr mehrere Zinssenkungen auf 3,75 Prozent vor. Politischer Druck auf die Fed, fiskalische Sorgen sowie stark schwankende Zinserwartungen sorgten insbesondere in den USA für ein erhöhtes Maß an Unsicherheit auf den Finanzmärkten.



Unser Capital Market Update in London im November 2025 traf bei Investor:innen und Analyst:innen auf großes Interesse.

Inflation: Rückgang in Richtung Zielniveau

Die Inflationsentwicklung zeigte sich insgesamt moderat. In der Eurozone ging die Teuerungsrate im Jahresverlauf weiter zurück und lag im Dezember 2025 mit rund 2,0 Prozent nahe am Inflationsziel der EZB. Auch in den USA bewegte sich die Inflation im Jahresverlauf auf einem moderateren Niveau, wenngleich sie zeitweise oberhalb der europäischen Raten lag. Die rückläufige Inflation verschaffte den Zentralbanken grundsätzlich Spielraum für geldpolitische Lockerungen, ohne jedoch die Unsicherheit über den weiteren Kurs vollständig zu beseitigen. In Österreich lag die Jahresinflation 2025 mit 3,6 Prozent über dem Niveau des Jahres 2024 von 2,9 Prozent.

Verhalten optimistischer Ausblick

Das Kapitalmarktumfeld dürfte 2026 weiterhin von erhöhten Unsicherheiten geprägt bleiben. Nach den deutlichen Kursgewinnen des Vorjahres rücken Bewertungsfragen, die Entwicklung der Unternehmensgewinne sowie die geldpolitische Ausrichtung der Zentralbanken in den Vordergrund. Ein moderates globales Wachstum und rückläufige Inflationsraten wirken grundsätzlich unterstützend, zugleich begrenzen erhöhte Bewertungen und fiskalische Risiken das Aufwärtspotenzial und sprechen für eine volatilere Marktentwicklung. Auf den Anleihenmärkten ist nach den Zinssenkungen des Vorjahres von einem insgesamt stabileren, jedoch weiterhin anspruchsvollen Umfeld auszugehen. Währungsbewegungen bleiben ein wesentlicher Einflussfaktor für die Wertentwicklung internationaler Anlagen. Insgesamt ist für 2026 mit einem stärker fundamental geprägten Marktumfeld bei erhöhten Schwankungen zu rechnen.

UNIQA Aktie im Höhenflug

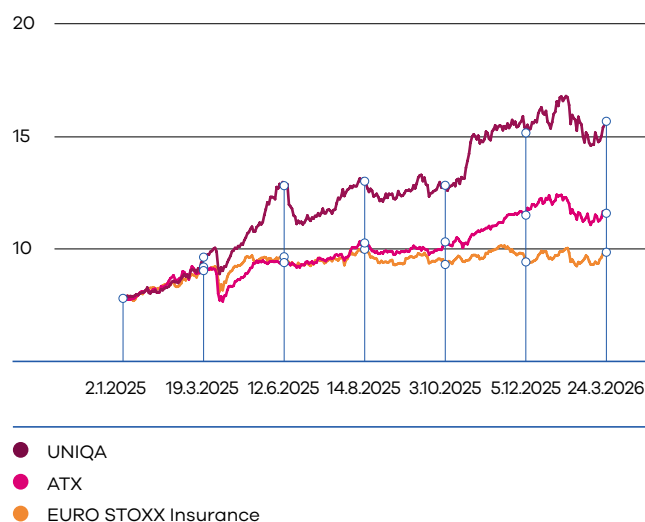
Die UNIQA Aktie ist nach dem erfolgreichen Re-IPO im Oktober 2013 und der damit verbundenen deutlichen Steigerung des Handelsvolumens seit 2014 auch im ATX vertreten, seit 2022 ist sie zudem Teil des ATX Top Dividend, der die 15 Aktien mit der höchsten Dividendenrendite an der Wiener Börse in sich vereint.

Kurs verdoppelt sich 2025

Im ersten Jahr unseres Strategieprogramms „UNIQA 3.0 – Growing Impact“ entwickelte sich die UNIQA Aktie außerordentlich gut: Mit 7,80 Euro ins Jahr 2025 gestartet, ging der Kurs der Aktie im Lauf des Jahres kontinuierlich nach oben und knackte mit einem Schlusskurs von 10,02 Euro bereits am 26. März die 10-Euro-Marke. Auch in der zweiten Jahreshälfte hielt der Aufwärtstrend unverändert an und brachte am 15. August ein Zwischenhoch von 13,14 Euro.

Unterstützt durch positive Analystenkommentare und erhöhte Kursziele notierte die Aktie im Herbst regelmäßig über 12 Euro, bis sie ab Mitte November wieder deutlich Fahrt aufnahm und nach unserem Kapitalmarkt-Update am 17. Dezember ihren Jahreshöchststand von 15,50 Euro erreichte. Den Abschluss des Börsenjahres 2025 markierte letztlich ein Kurs von 15,46 Euro. Damit verzeichnete unsere Aktie im Jahresvergleich insgesamt ein Plus von 97,4 Prozent, womit alle Vergleichsindizes sehr deutlich übertroffen wurden. Der Euro Stoxx Insurance, der Benchmark-Index für die europäische Versicherungsbranche, legte im selben Zeitraum um 31,3 Prozent zu, während sich der ATX um 45,4 Prozent erhöhte. Anfang des Jahres 2026 hielt sich der Kurs der UNIQA Aktie weiter über der 15-Euro-Marke und lag am 2. April 2026 bei 15,52 Euro.

Entwicklung der UNIQA Aktie
in Euro indexiert



Unsere Equity Story

- Diversifizierte Erträge und Gewinnströme
- Beschleunigtes Wachstum und Profitabilität in CEE
- Gesteigerte Profitabilität und Effizienz in Österreich
- Wachstum in der Krankenversicherung und im Ökosystem Gesundheit
- Robuste Kapitalposition und starke Governance
- Progressive Dividendenstrategie

Kennzahlen UNIQA Group Angaben in Euro	IFRS 9/17				IFRS 4/IAS 39
	2025	2024	2023	2022 ¹⁾	2021
Börsenkurs UNIQA Aktie per 31. Dezember	15,46	7,83	7,46	7,00	8,07
Höchstkurs	15,50	8,31	8,31	8,48	8,40
Tiefstkurs	7,80	7,08	7,05	5,99	6,30
Durchschnittlicher Börsenumsatz/Tag (in Millionen Euro)	3,8	2,2	3,4	3,8	3,5
Marktkapitalisierung per 31. Dezember (in Millionen Euro)	4.745,7	2.403,5	2.290,0	2.148,8	2.477,2
Durchschnittliche Anzahl der Aktien im Umlauf	306.965.261	306.965.261	306.965.261	306.965.261	306.965.261
Ergebnis je Aktie	1,38	1,13	0,99	0,83	1,03
Dividende je Aktie	0,72 ²⁾	0,60	0,57	0,55	0,55

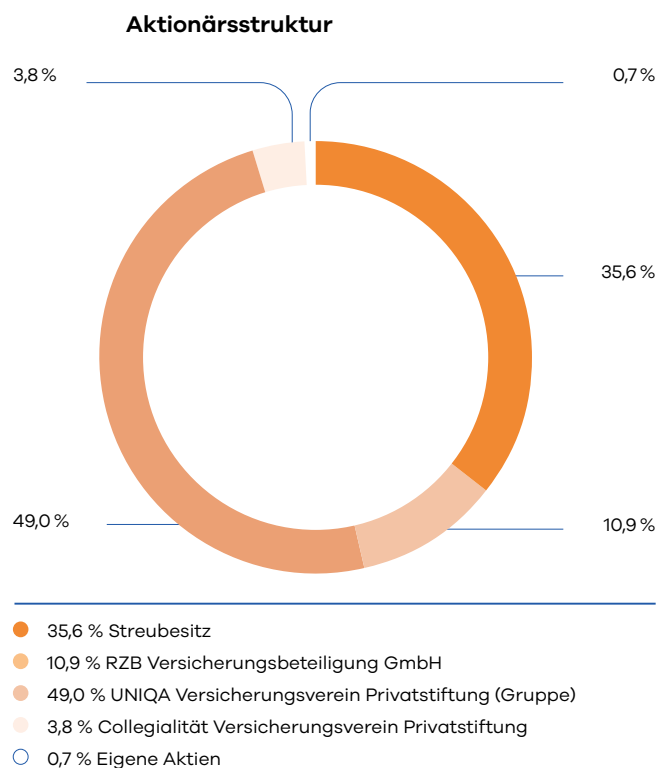
1) Die Werte für 2022 wurden im Interesse besserer Vergleichbarkeit pro-forma nach IFRS 9/17 berechnet.

2) Vorschlag an die Hauptversammlung

Aktionärsstruktur weiterhin nahezu unverändert

Auch im Jahr 2025 blieb die Aktionärsstruktur der UNIQA Group stabil: Die Kernaktionärin UNIQA Versicherungsverein Privatstiftung (Gruppe) hält unverändert insgesamt 49,0 Prozent der UNIQA Aktien. Davon entfallen auf die Austria Versicherungsverein Beteiligungsverwaltungs GmbH 41,3 Prozent und auf die UNIQA Versicherungsverein Privatstiftung 7,7 Prozent. Als weitere Kernaktionärin fungiert die Raiffeisen Bank International AG – sie hält über die RZB Versicherungsbeteiligung GmbH einen Anteil von 10,9 Prozent. Die Kernaktionärin Collegialität Versicherungsverein Privatstiftung schließlich ist mit 3,8 Prozent an UNIQA beteiligt. Der Bestand an eigenen Aktien beläuft sich weiterhin auf 0,7 Prozent. Der Streubesitz repräsentiert damit per Ende 2025 mit 35,6 Prozent mehr als ein Drittel der gesamten Aktien und einen Wert von 1,7 Milliarden Euro.

Infolge von Stimmrechtsbindungen sind die Anteile der drei Kernaktionärinnen zusammenzuzählen. Zudem bestehen wechselseitige Vorkaufsrechte.



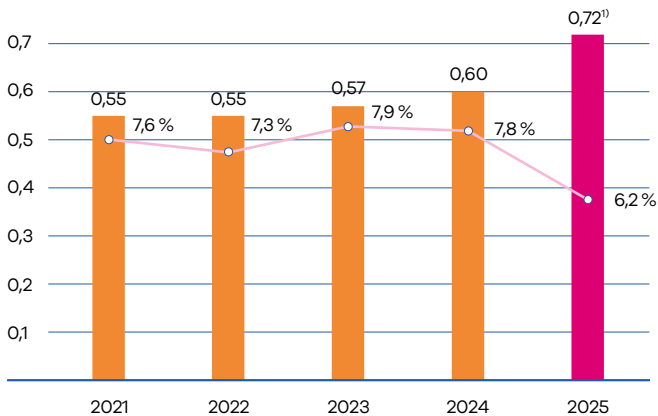
Dividende von 72 Cent vorgeschlagen

Im Bewusstsein unserer Verantwortung für die langfristige nachhaltige Entwicklung von UNIQA und das von unseren Eigentümer:innen investierte Kapital ist es uns ein Anliegen, die Aktionär:innen von UNIQA angemessen am Unternehmenserfolg zu beteiligen. Für das Jahr 2025 wird der Vorstand der Hauptversammlung auf Basis des Einzelabschlusses der UNIQA Insurance Group AG die Ausschüttung einer Dividende von 72 Cent je dividendenberechtigter Aktie vorschlagen. In Summe entspricht dies einer Ausschüttung von 221 Millionen Euro. Die Payout Ratio beträgt 52 Prozent.

Mit der Financial Community laufend im Gespräch

Wir legen größten Wert darauf, unsere Aktionär:innen und Anleihe-Investor:innen, Analystinnen und Analysten sowie die gesamte Financial Community regelmäßig, aktuell und umfassend über die laufende Entwicklung und die Strategie unseres Unternehmens zu informieren. Bei zahlreichen Roadshows, Investorenkonferenzen und Einzelgesprächen stand das Managementteam von UNIQA in diesem Sinn auch im Jahr 2025 Anlegerinnen und Anlegern sowie Analystinnen und Analysten Rede und Antwort. Im November 2025 veranstalteten wir darüber hinaus zwei Kapitalmarkt-Veranstaltungen in Wien bzw. in London, in deren Rahmen wir ein Update zu unserem Strategieprogramm „UNIQA 3.0 – Growing Impact“ gaben und einem breiten Publikum auch aktualisierte – noch ambitioniertere – Ziele für 2028 vorstellten.

Entwicklung UNIQA Dividende Angaben in Euro



- Dividende in Euro
- Dividendenrendite (Mittelkurs)

1) Vorschlag an die Hauptversammlung

Im Fokus stehen dabei profitables Wachstum, weitere Effizienzsteigerung, der Ausbau unserer starken Marktposition in Österreich und CEE, konsequente Digitalisierung sowie strategische Investitionen im Gesundheitsbereich. Bis 2028 peilen wir ein durchschnittliches Prämienwachstum von rund 6 Prozent pro Jahr an, die Profitabilität soll mit einer Combined Ratio (Schaden-Kosten-Quote) unter 93 Prozent und einem jährlichen Ergebniswachstum von mindestens 7 Prozent weiter steigen. Der Return on Equity soll über 13 Prozent liegen. Auch unsere progressive Dividendenstrategie mit einer Ausschüttungsquote von 50 bis 60 Prozent wird mit der neuen Strategie bekräftigt.



Tiana Majstorovic, die neue Leiterin des Bereichs Investor Relations & Capital Markets der UNIQA Group, im Gespräch mit Investor:innen beim Capital Market Update im November 2025 in London

Sämtliche Berichte und Unternehmensinformationen sind auch online über www.uniqagroup.com abrufbar. Darüber hinaus steht Ihnen unser Investor-Relations-Team stets gern für individuelle Anfragen zur Verfügung:

UNIQA Insurance Group AG
 Investor Relations
 Untere Donaustraße 21, 1029 Wien
 Tel.: (+43) 01 21175-3773
 E-Mail: investor.relations@uniqa.at

Informationen UNIQA Aktie	
Wertpapierkürzel	UQA
Reuters	UNIQVI
Bloomberg	UQA AV
ISIN	AT0000821103
Marktsegment	prime market der Wiener Börse
Handelssegment	Amtlicher Handel
Indizes	ATX, ATX FIN, ATX TD, VÖNIX, MSCI Europe Small Cap
Aktienanzahl	309.000.000



Kurt Svoboda steht in laufendem Kontakt mit der Financial Community.

UNIQA Anleihen: Nachhaltig solide finanziert

Nachranganleihen: Wichtiger Bestandteil unserer Kapitalstruktur

Neben Eigenkapital hat Nachrangkapital ebenfalls große Bedeutung für die Finanzierung unseres Versicherungsgeschäfts: Per 31. Dezember 2025 hatte UNIQA zwei nachrangige Anleihen im Gesamtnominale von rund 700 Millionen Euro ausstehen. Der gewichtete durchschnittliche Zinssatz unserer nachrangigen Anleihen lag per 31. Dezember 2025 bei 4,06 Prozent.

Grüne Anleihe: Aktives Investment in eine nachhaltige Zukunft

Von diesen 700 Millionen Euro entfallen 375 Millionen Euro auf einen sogenannten Green Bond. Im Rahmen seiner Emission haben wir uns verpflichtet, Investitionen in gleicher Höhe in Projekte zur Erzeugung erneuerbarer Energie (Wind- und Solarparks) sowie in nachhaltige Abfallwirtschaft (Mülltrennung und -verwertung inkl. Energieerzeugung) und Mobilität (Schienenverkehr, öffentlicher Nahverkehr) vorzunehmen. Im Sinne des Klimaschutzes sehen wir hier einen erfreulichen Trend: Nachhaltigkeit ist eine bestimmende Größe bei Investitionsentscheidungen geworden.

RESEARCH

Derzeit veröffentlichen folgende Investmentbanken regelmäßig Research-Berichte zur UNIQA Aktie:

- Baader Bank
- Berenberg Bank
- Erste Group
- Kepler Cheuvreux
- ODDO BHF
- UBS

Senior-Anleihe: Günstige langfristige Finanzierung

Zusätzlich befindet sich aktuell noch eine Senior-Anleihe mit einem Nominale von 600 Millionen Euro im Markt, die wir im Juli 2020 im Zusammenhang mit der Akquisition der ehemaligen AXA-Gesellschaften in CEE begeben hatten. Die Anleihe hat eine Restlaufzeit von 4,5 Jahren und einen Kupon von 1,375 Prozent.

Standard & Poor's hebt Rating von UNIQA an

Im November 2025 verbesserte Standard & Poor's (S&P) das aktuelle Rating für die UNIQA Insurance Group AG von A- auf A. S&P begründete dieses Upgrade vor allem mit der sehr starken operativen Performance und den überzeugenden Underwriting-Ergebnissen von UNIQA. Hervorgehoben wurde außerdem die erfolgreiche Umsetzung der Strategie und insbesondere die breitere Ertragsdiversifikation zwischen Österreich und den internationalen Märkten. Unterstützt wird dies laut S&P durch eine robuste Kapitalausstattung und eine solide Bilanzstruktur. Im Zuge des Upgrades wurden auch die Ratings für die UNIQA Österreich Versicherungen AG, die Rückversicherung UNIQA Re AG in der Schweiz sowie UNIQA Polen auf A+ angehoben. Auch die zwei ausstehenden nachrangigen Anleihen von UNIQA wurden auf BBB+ hochgestuft, während die Senior-Anleihe auf A angehoben wurde.

Finanzkalender 2026

18.5.	Solvency and Financial Condition Report 2025
29.5.	Ergebnis 1. Quartal 2026, Nachweisstichtag für die ordentliche Hauptversammlung
9.6.	Ordentliche Hauptversammlung
18.6.	Ex-Dividendentag
19.6.	Nachweisstichtag für die Dividende
22.6.	Dividendenzahltag
20.8.	Halbjahresfinanzbericht 2026
20.11.	Ergebnis 1.–3. Quartal 2026



UNIQA legt intern ebenso wie extern größten Wert auf Transparenz und informiert regelmäßig alle relevanten Stakeholdergruppen.