

Mitarbeiter-Information

Herzlich Willkommen!

Wien, 12. November 2018

Willkommen in der VAV Familie! Produktentwicklung Privatgeschäft

Victoria Zach (22 Jahre)

VAV Start: 15.03.2018

- **Liebste Freizeitbeschäftigung**
Laufen und Volleyball
- **Dafür bin ich bekannt**
ehrgeizig und humorvoll



Willkommen in der VAV Familie! Schadenservice Privatgeschäft

Stefan Holub (23 Jahre)

VAV Start: 19.03.2018

- **Liebste Freizeitbeschäftigung**
Freunde treffen und American Football
- **Dafür bin ich bekannt**
zuverlässig und freundlich



Willkommen in der VAV Familie! Produktentwicklung Privatgeschäft

Sladjana Vrljanovic (34 Jahre)

VAV Start: 01.06.2018

- **Liebste Freizeitbeschäftigung**
Schauspielkunst
- **Dafür bin ich bekannt**
mutig und verantwortungsbewusst



Willkommen in der VAV Familie! Schadenservice Privatgeschäft

Markus Gärtner (28 Jahre)

VAV Start: 02.07.2018

- **Liebste Freizeitbeschäftigung**
Sport und Reisen
- **Dafür bin ich bekannt**
zuverlässig und kommunikativ



Willkommen in der VAV Familie!

IT & BO

Manuel Gapp (34 Jahre)

VAV Start: 01.08.2018

- **Liebste Freizeitbeschäftigung**
Wandern und Skifahren
- **Dafür bin ich bekannt**
wissbegierig



Willkommen in der VAV Familie! Versicherungsbetrieb

Tamara Öhribauer (28 Jahre)

VAV Start: 15.08.2018

- **Liebste Freizeitbeschäftigung**
Reisen
- **Dafür bin ich bekannt**
guter Zuhörer



Willkommen in der VAV Familie! Schadenservice Privatgeschäft

Michael Friesinger (30 Jahre)

VAV Start: 03.09.2018

- **Liebste Freizeitbeschäftigung**
Wandern und Lesen
- **Dafür bin ich bekannt**
gewissenhaft



Willkommen in der VAV Familie! Zulassung KFZ

Nadia Ahmed El-Habbassi (24 Jahre)

VAV Start: 16.10.2018

- **Liebste Freizeitbeschäftigung**
Fitness und Mode
- **Dafür bin ich bekannt**
hilfsbereit



Willkommen in der VAV Familie! Schadenservice Privatgeschäft

Stefan Margoni (43 Jahre)

VAV Start: 05.11.2018

- **Liebste Freizeitbeschäftigung**
Radfahren und Wandern
- **Dafür bin ich bekannt**
unternehmenslustig, zuverlässig



Willkommen in der VAV Familie! Zulassung KFZ

Vesna Skala (58 Jahre)

VAV Start: 05.11.2018

- **Liebste Freizeitbeschäftigung**
Schmuck herstellen und Nähen
- **Dafür bin ich bekannt**
bescheiden



Willkommen in der VAV Familie! Versicherungsbetrieb

Jennifer Weber (23 Jahre)

VAV Start: 05.11.2018

- **Liebste Freizeitbeschäftigung**
Sport
- **Dafür bin ich bekannt**
hilfsbereit



Ziele / Zielerreichung 2018

Ergebnis zum 30.09.2018

Erfolgsformel: $4 + 96 = 100^{15}$ 100 @ ON1

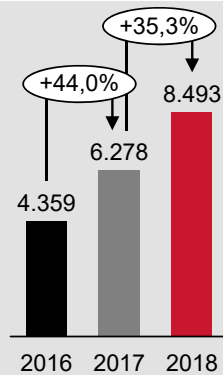
Unternehmensziele		Ziele 2018	IST 30.09.18	Abweichung	erfüllt / nicht erfüllt
Wachstum	<i>in %</i>	4,0	7,4	3,4 %-Pkte.	erfüllt
Combined Ratio Brutto	<i>in %</i>	≤ 96,0	96,2	0,2 %-Pkte.	nicht erfüllt
Nettorendite der Kapitalanlagen	<i>in %</i>	≥ 2,5	2,6 (HR)	0,1 %-Pkte.	erfüllt
Eigenkapitalrendite	<i>in %</i>	≥ 15,0	14,0 (HR)	1,0 %-Pkte.	nicht erfüllt

Geschäftsentwicklung

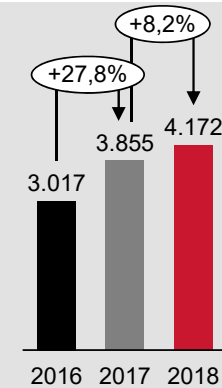
Neugeschäft brutto

PG Januar – September 2018

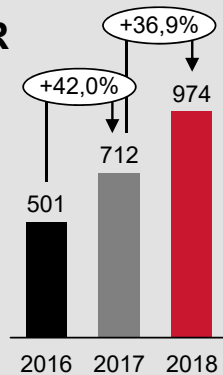
Haushalt in Stück



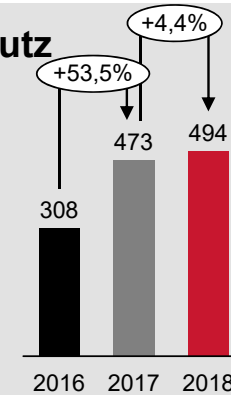
Rechtsschutz in Stück



Bestandsprämie HH in TEUR



Bestandsprämie Rechtsschutz in TEUR

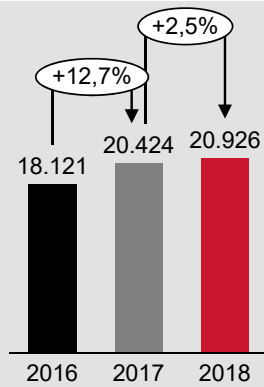


Geschäftsentwicklung

Neugeschäft brutto

PG Januar – September 2018

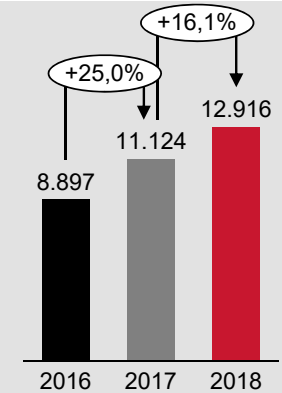
KH in Stück



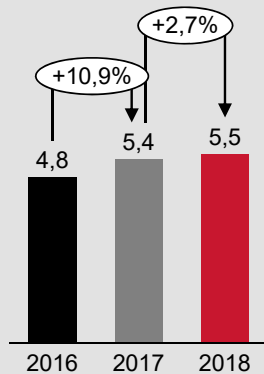
Anbindungsquote Kasko

2016	2017	2018
49,7 %	54,5 %	61,7 %

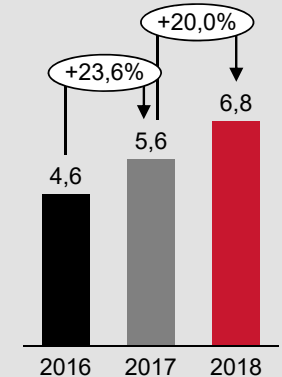
Kasko (VK + TK) in Stück



Bestandsprämie KH in Mio. €



Bestandsprämie Kasko in Mio. €



Highlights 2018

abseits von Kennzahlen

- VAV ist ausgezeichnet und wird bekannter
- Endkundenportal und Schnittstellen macht technologische Vorreiterrolle erlebbar
- Sprachprojekt erfolgreich gestartet
- Neues Unfallprodukt
- Neuausrichtung der vertrieblichen Aktivitäten
- Erfüllung der regulatorischen Anforderungen DSGVO und IDD

Strategische Grundaussagen zum Geschäftsmodell VAV

- VAV setzt auf den ungebundenen Vertrieb (Makler, Mehrfachagenten)
- Zusätzlicher Vertriebsweg ist der Online Vertrieb
- VAV betreibt die Sparten der Nicht-Lebensversicherung mit den Zielgruppen Privatgeschäft, Bau und Gewerbegeschäft in Österreich
- VAV setzt versicherungstechnisch auf Risikoselektion, Top Preis-Leistungsverhältnis und Best advice Produkte
- VAV entwickelt standardisierte Produkte, die in Online Rechnern für Vertriebspartner und Endkunden rechenbar und abschließbar sind
- VAV ist ein technologisch fitter Versicherer mit hoher Prozessautomatisierung in allen Unternehmensbereichen und für alle Zielgruppen
- VAV strebt Markenbekanntheit und investiert aktiv in die Marke

Übergeordnetes Ziel: Skalierung des Geschäftsmodells.

Strategische Haupthandlungsfelder aus der VAV Unternehmensstrategie

Produktführerschaft

- Umsetzung konsequent in allen neuen Tarifen und Produkten
- erfolgreich umgesetzt in Kraftfahrt, Haushalt und Rechtsschutz → überproportionales Wachstum
- belegt durch Awards
- Vertrieblich notwendig im Maklergeschäft (best advice) und Online

Markenbekanntheit

- Til Werbespots seit 3 Jahren im TV in Umsetzung, seit 2017 im Kino, ab 2018 zusätzliche Präsenz im zielgruppenspezifischen TV
- Hohe Online Präsenz ermöglicht Steigerung der Sichtkontakte und allgemeinen Bekanntheit
- Pull Effekt im Maklergeschäft
- Steigerung der Unabhängigkeit von Preisführerschaft
- Messung bestätigt die erfolgreiche Steigerung der Markenbekanntheit

Online Nr. 1

- Steigerung des Online Anteils im Neugeschäft
- Nutzung des marktweiten Wachstums des Vertriebsweges und Markenbekanntheit
- Kostengünstige Skalierung der Geschäftsprozesse durch hohe Automatisierung in standardisierten Produkten

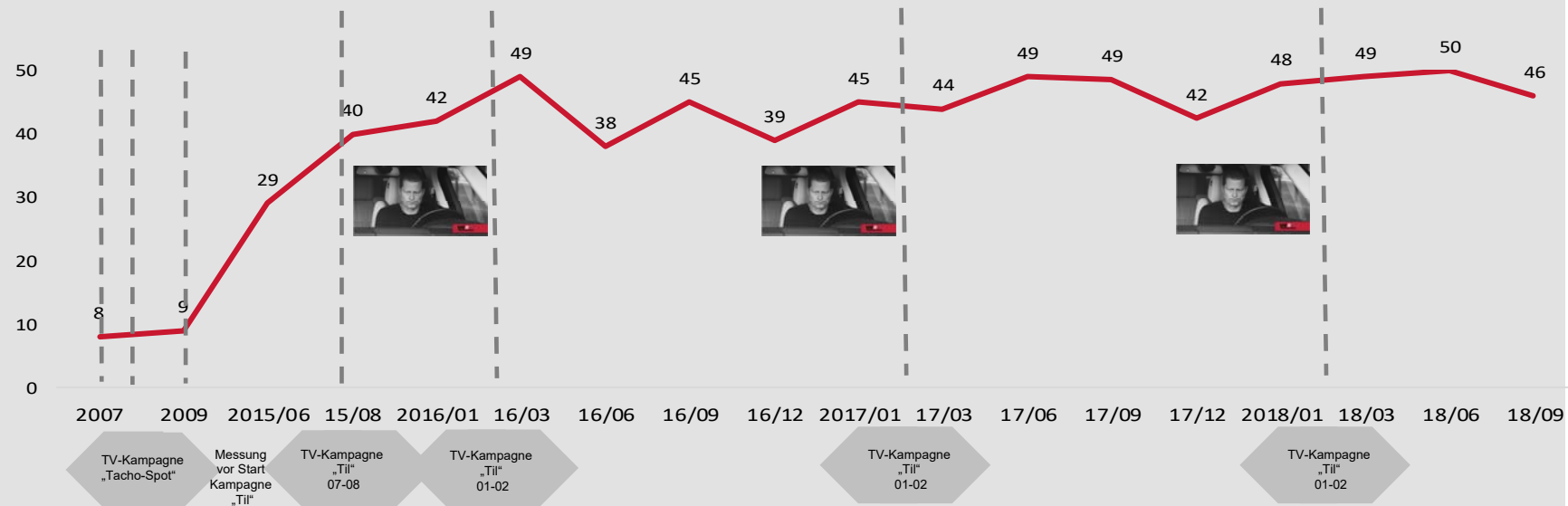
Kostenquote senken

- Skalierung des Geschäftsmodells
- Senkung der Gesamtkostenquote in jedem Geschäftsjahr
- Konsequente Fortsetzung des Kostenmanagements

VAV Erfolgskennzahl: Gestützte Bekanntheit

Entwicklung 2007 - 2018

Gestützte Markenbekanntheit „VAV“, 2007 – 09/2018 (in %)



Key Facts

- Seit Beginn der Til-Kampagne ist der Bekanntheitsgrad der VAV stark gestiegen – von 29 % vor der Kampagne auf über 50 %.
- Ab 10/2008 kontinuierliche Spendings in AdWords
- Hinweis: Methodenwechsel in der Befragung von 2009 auf 2015

Umsetzung der Haupthandlungsfelder auf die Vertriebswege

Potential Wachstum

Breitenmakler



Kerngeschäft der VAV mit dem höchsten Bestand, Betreuung über Regionalleiter und Service Teams

Groß- und
Spezialmakler (GSV)



Segment mit Bedarf von Spezialdeckungen. Tendenziell geringe Margen und geringe Bestandsfestigkeit.

Online



Dynamisch wachsender Vertriebsweg über eigene Webseite oder Aggregatoren. Profitiert von Online affinen Produkten und dem generellen Anstieg des Segments Online Abschluss im Markt.

Servicecenter



Eigengeschäft, welches keine Maklerbetreuung hat. Abschluss und Betreuung hauptsächlich im VAV Service Center.

Mehrfachagenturen



Neu gewonnene Mehrfachagenturen in 2018, die bereit sind mit Bestandsübertrag und hohem Neugeschäftsanteil für die VAV zu vermitteln. Vertrieblich eingegliedert im Maklergeschäft.

Fazit

- Das bestehende Geschäftsmodell bietet Wachstumsmöglichkeiten – deutlich überhalb des Marktwachstums
- Konsequente Hinwendung zu Breitenmakler hinsichtlich Preis und Leistung mit Best advice Produkten notwendig
- Steigerung der Anzahl der aktiven Vertriebspartner und Verbreiterung des Produktmixes NKS innerhalb der bestehenden und neuen Vertriebsverbindungen notwendig
- Konsequente Ausrichtung auf Best advice Produkte
- Fortführung des Ausbaus der Vertriebswege Online und Mehrfachagenturen
- Erhöhung der Vertriebskraft im Firmengeschäft
- Steigerung der Attraktivität der VAV in Makler Awards

Hohes Wachstumspotential im Rahmen des bestehenden Geschäftsmodells.

Herausforderungen abgeleitet vom Markt

- Investitionsprogramme in IT, Prozess und Technik
- Professionalisierung der Maklerseite durch Zusammenschlüsse
- Automatisierte Schadensservices
- Aktuaries Know-how im Markt steigt
- Kundenzentrierung
- Alternative Anbieter im Versicherungsmarkt
- Megatrend KFZ-Markt

Haupthandlungsfelder 2019

Nähe

- Zum Vertriebspartner
- Zum Kunden
- An allen Kundenschnittstellen

Vereinfachung

- Produkte
- Prozesse

Ertrag

- Versicherungstechnik
- Verwaltungskosten
- Automatisierung

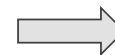
Die Themen „Vereinfachung“ und „Ertrag“ werden in bereichsübergreifenden Projekten bearbeitet.

Unternehmensziele 2019

Zusammenfassung

- **Ertragreich wachsen:**

Wachstum über dem Markt: + 4,0 % (HR 18: + 7,1 %)



Ziele 2019

neu: + 5,9 %

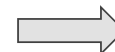
- **Combined Ratio stabil halten:**

Combined Ratio brutto: ≤ 96,0 % (HR 18: 96,2 %)

Prämienziel 100 Mio. €
in 2019 erreichen

- **Kapitalanlagen steigern, gute Rendite halten:**

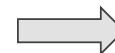
Nettorendite der Kapitalanlagen: ≥ 2,5 % (HR 18: 2,6 %)



neu: ≥ 2,3 %

- **Erwirtschaftung eines operativen Ergebnisses, das eine Rendite auf das Eigenkapital gemäß Mittelfriststrategie ermöglicht:**

Wirtschaftliches Ergebnis: ≥ 4,9 Mio. € (HR 18: 4,3 Mio. €)

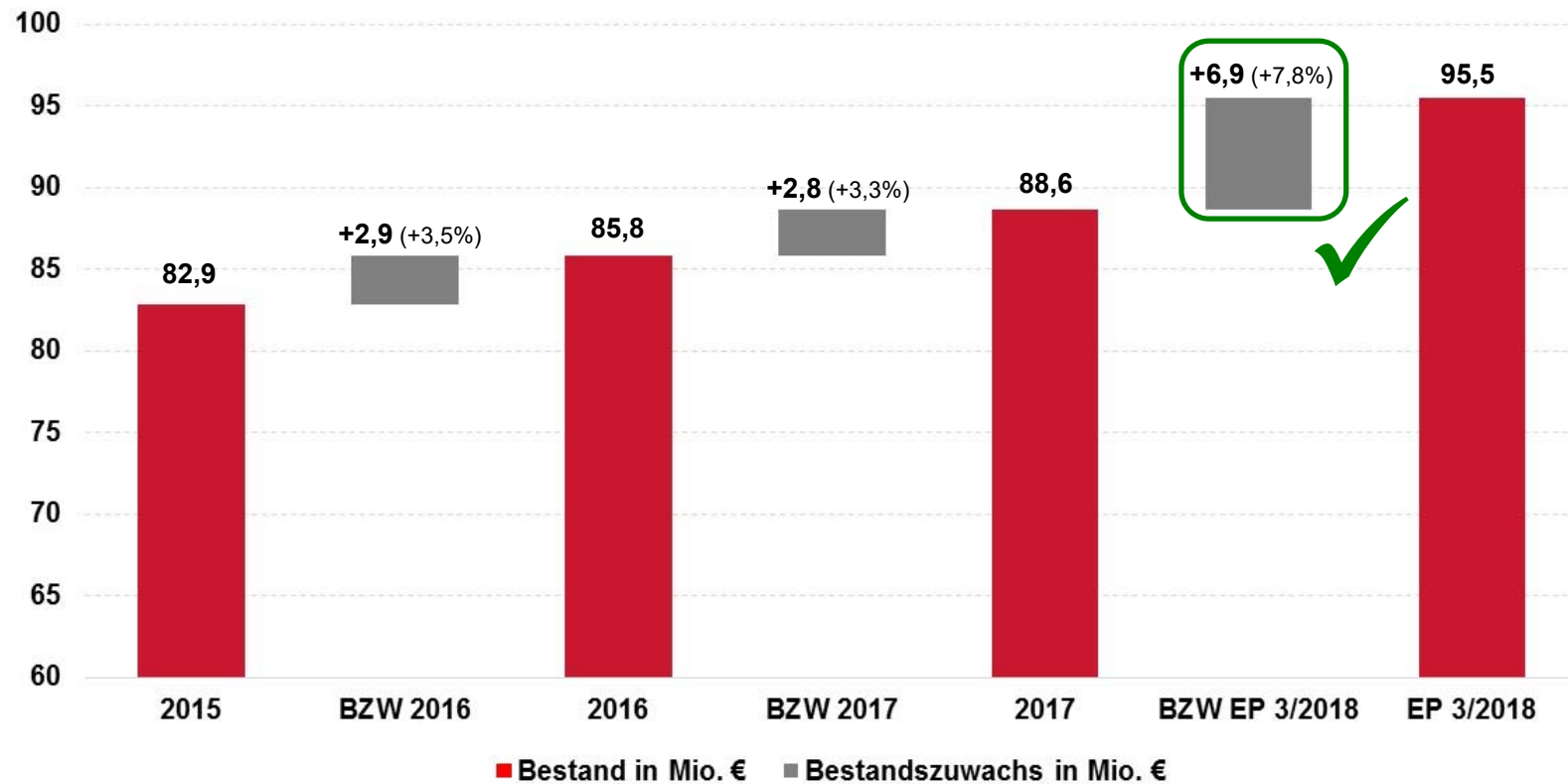


neu: ≥ 5,7 Mio. €

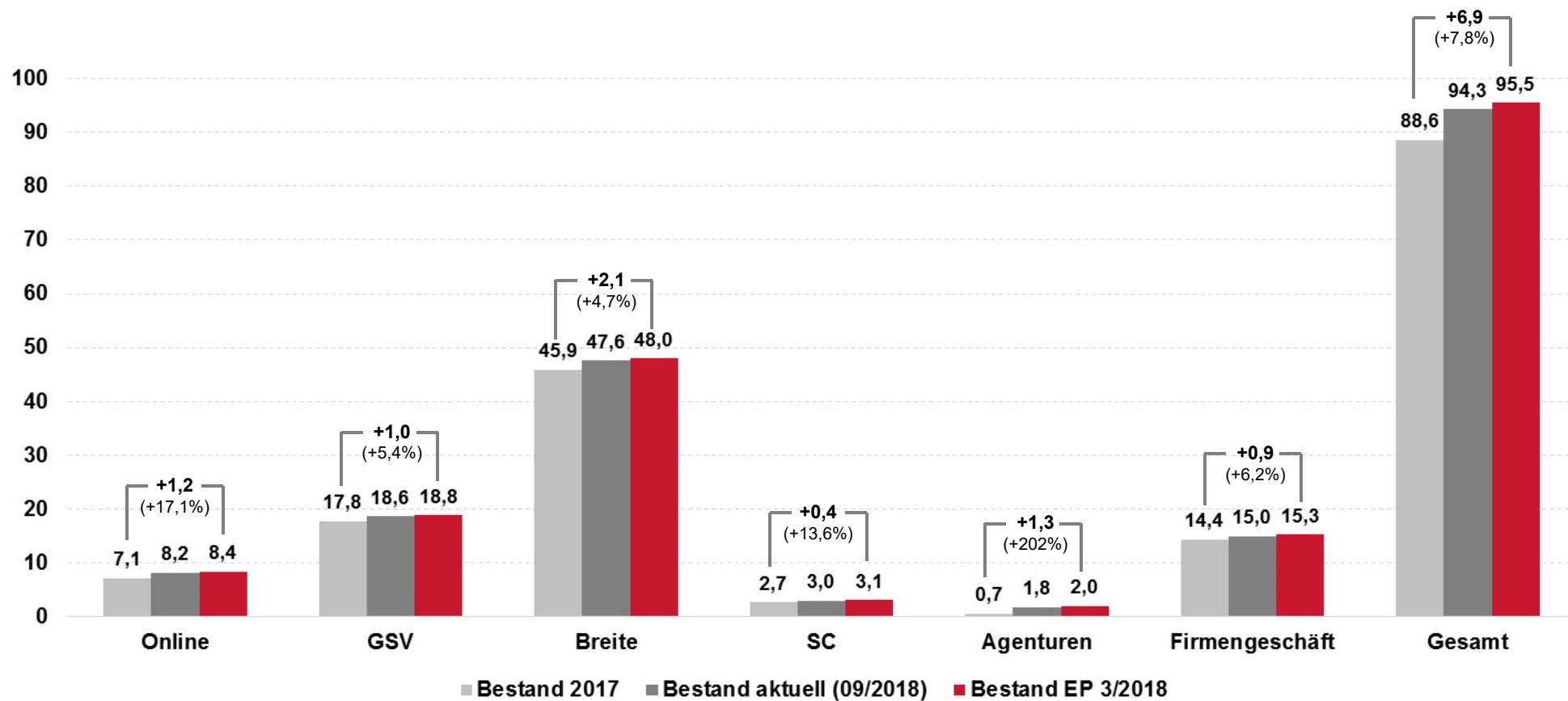
Eigenkapitalrendite: ≥ 15,0 % (HR 18: 14,0 %)



Wachstum 2018 (Verrechnete Prämie in Mio. €)



Betrachtung des Wachstums 2018 nach Vertriebssegmenten (Verrechnete Prämie in Mio. €)



Nähe zum Vertriebspartner Konsequentes Nutzen der Geschäftschancen durch Ansprache und Sichtbarkeit im Markt

WAS	WER	bis WANN	Status Quo
Ansprache aller relevanter Multiplikatoren, Verbands- und Funktionärsvertreter im österr. Versicherungsmarkt	Vorstand	06/2018	100%
Besuch der TOP 100 Vermittler	Vorstand, VL und RL	06/2018	100%
Kick Start Veranstaltungen in allen Bundesländern	Alle	03 - 05/2018	100%
Besuch der Vermittler mit Bestand ohne Neugeschäft	VL und RL	09/2018	85%

Nähe zum Vertriebspartner

Impressionen aus den diesjährigen Kick-Start-Veranstaltungen sowie Messen, bei denen die VAV vertreten war



Nähe zum Vertriebspartner AssCompact Awards 2018

Bester Service für Vermittler 2016 digital

1. Zürich
2. Uniqa
3. Allianz
4. Generali
5. HDI
6. Helvetia
- 7. VAV**
8. MUKI
9. Donau
10. Wr. Städtische

Bester Service für Vermittler 2017 klassisch

1. Generali
2. Uniqa
3. Helvetia
4. Allianz
5. Zürich
6. Wr. Städtische
7. Donau
8. MUKI
9. HDI
- 10. VAV**

Bester Service für Vermittler 2018 dig. & klass.

1. Generali
2. Allianz
3. Zürich
4. ...
5. ...
- 6. VAV**
7. ...
8. ...
9. ...
10. ...



Nähe zum Kunden

- Markenbekanntheit
- Seit kurzem ist die VAV telefonisch 24/7 erreichbar
- Ausblick 2019 – Erreichbarkeit
- Ausblick 2019 – Flexibilität

Vereinfachung

- Produkte

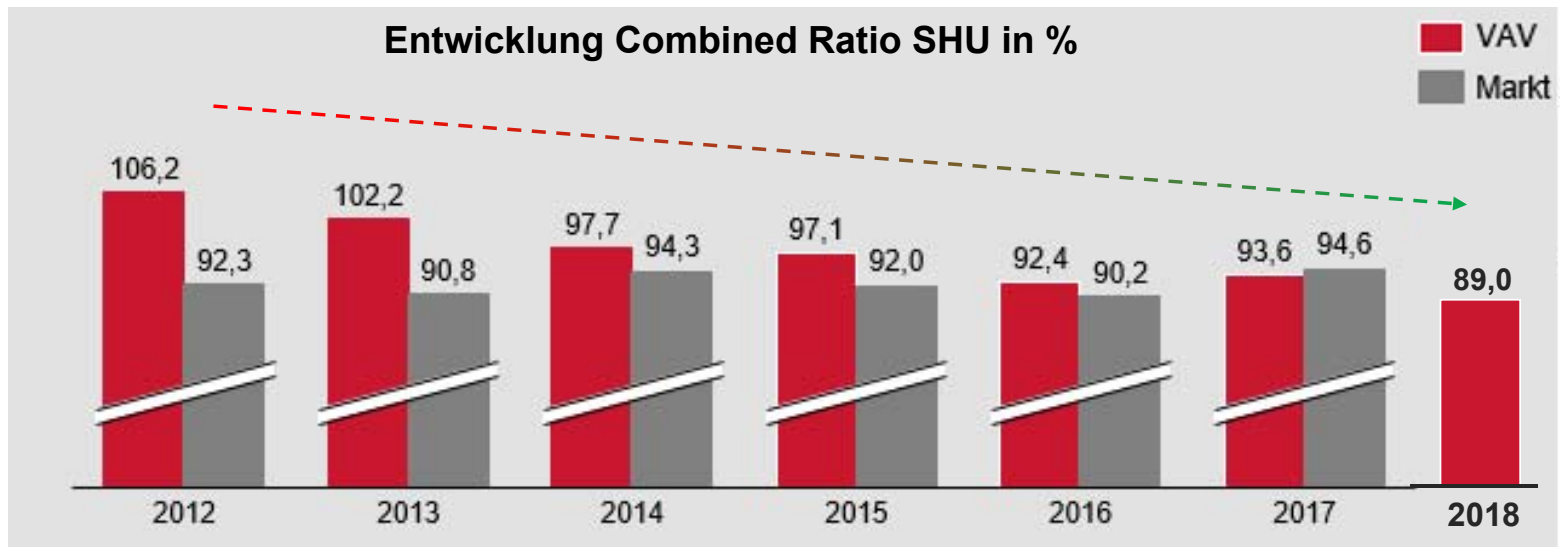
- Schlanke Prozesse im Betrieb

- Schlanke Prozesse im Schaden

→ **Zur Sicherstellung der weiterhin als Asset der VAV wahrgenommenen Wendingkeit und Flexibilität**

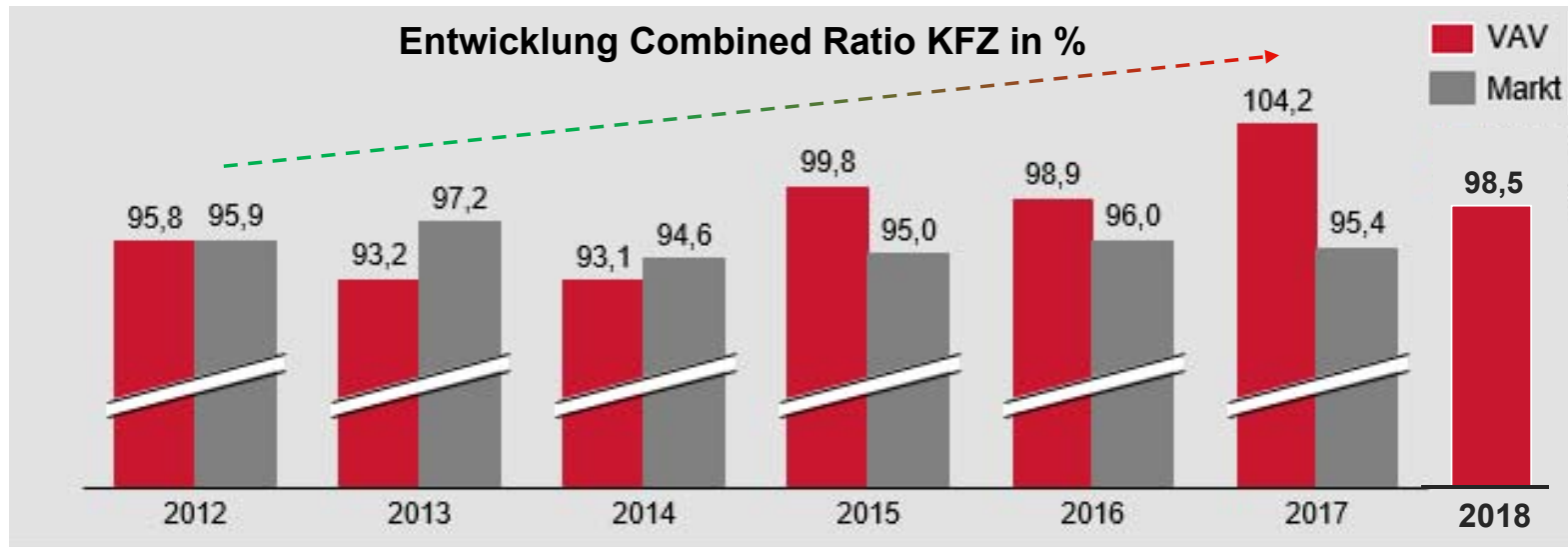
- Kommunikation / Sprache

Ertrag SHU (Combined Ratio VAV vs. Markt in %)



$$\text{Combined Ratio} = \frac{\text{Schadenaufwand} + \text{Kosten} + \text{Provisionen}}{\text{Prämie}}$$

Ertrag KFZ (Combined Ratio VAV vs. Markt in %)



$$\text{Combined Ratio} = \frac{\text{Schadenaufwand} + \text{Kosten} + \text{Provisionen}}{\text{Prämie}}$$



AssCompact Awards KFZ 2018

Verbesserung auf Platz 4

KFZ 2016

1. MUKI
2. Allianz
3. HDI
4. Zürich
5. Uniqa
6. Generali
7. Donau
8. Helvetia
- 9. VAV**
10. Wr. Städtische

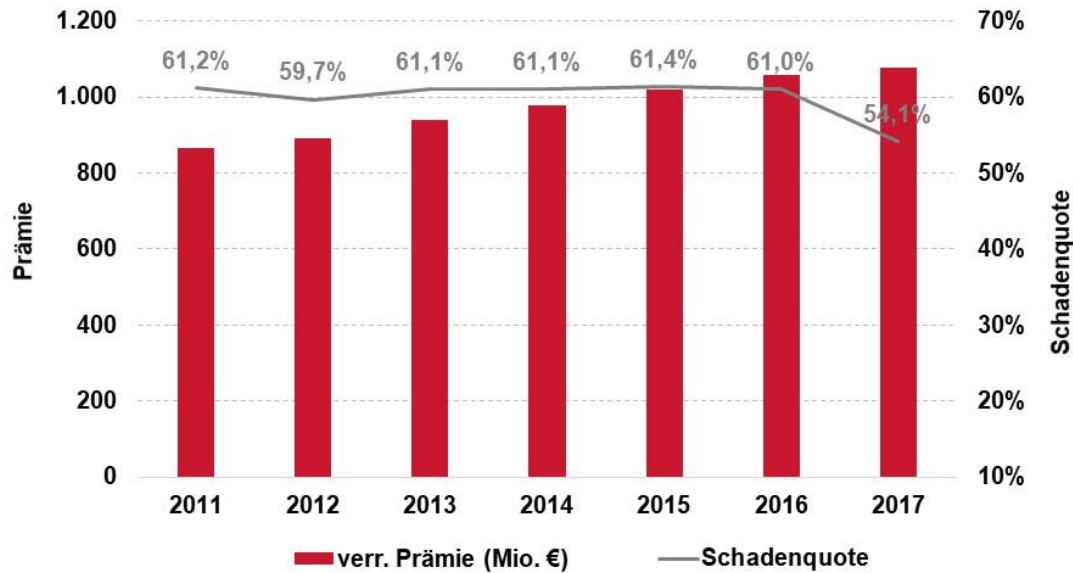
KFZ 2018

1. MUKI
2. Generali
3. HDI
- 4. VAV**  
5. ...
6. ...
7. ...
8. ...
9. ...
10. ...

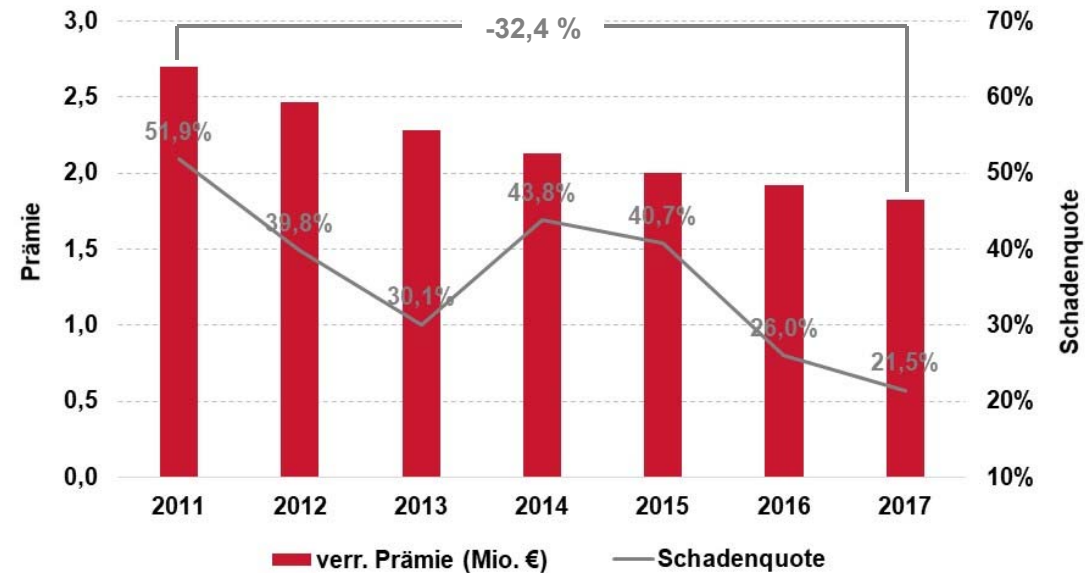
Unfall NEU

Produktstart Mitte Oktober erfolgt

Entwicklung Unfall Österreich gesamt (Quelle: VVO)



Entwicklung Unfall VAV



Der Marktanteil der VAV in Unfall war über die letzten Jahr rückläufig und beträgt zum Jahresende 2017 ca. 0,17 %.



VAV ///
VERSICHERUNGEN



1000

Einladung an alle VAV Mitarbeiter

Hundertjahrfeier
der **VHV GRUPPE**

Save the date: **14.06.2019**

Mitarbeiter-Information

Wien, 12. November 2018

DANKE !