



Unsere Kunden stehen bei uns im Mittelpunkt. Sie wissen, dass wir für sie da sind, wenn es darauf ankommt, überall auf der Welt oder gleich nebenan. In einer ungewissen Welt helfen wir ihnen, ihre Risiken zu bewältigen. Mit 60'000 Mitarbeitenden sind wir in mehr als 170 Ländern stets für sie da.

Stärke und Stabilität

Nachhaltige Ergebnisse für unsere Kunden und Aktionäre – unabhängig von der Wirtschaftslage. Im 2009 gelang es uns, dank Konzentration auf eine starke Bilanz und operative Spitzenleistungen in ausgewählten Marktsegmenten nachhaltig profitables Wachstum zu erzielen.

Engagiert für unsere Kunden

Unsere Kunden stehen bei uns im Mittelpunkt. Das heisst, dass wir die Bedürfnisse unserer Privat-, Firmen- und Unternehmenskunden verstehen und uns voll und ganz auf deren Erfüllung konzentrieren.

Vorbereitet in die Zukunft

Wie in keinem anderen Geschäft müssen die Kunden überzeugt sein, dass ihr Versicherer bereit ist, auch in Zukunft für sie da zu sein. Aus diesem Grund ist die Nachhaltigkeit das Markenzeichen unseres Geschäfts.

Unser Geschäft ist unterteilt in drei Hauptsegmente:

General Insurance

Unser Unternehmensbereich General Insurance deckt die Bedürfnisse von Privatpersonen, Kleinbetrieben, mittleren und grossen Unternehmen sowie multinationalen Gesellschaften ab.

Global Life

Global Life bietet Privatpersonen und Unternehmen weltweit ein weites Spektrum an Lebensversicherungs-, Anlage-, Spar- und Vorsorgelösungen.

Farmers

Farmers umfasst auch Farmers Management Services durch welche unsere Gruppe die Farmes Exchanges sowie die Produkte von Foremost, Bristol West und 21st Century managt.

Die Zurich-Strategie steht auf vier Eckpfeilern. Jeder dieser Eckpfeiler wurde wiederholt als wesentlicher Schwerpunkt bewertet und ist von entscheidender Bedeutung, um hervorragende Ergebnisse zu erzielen.

Profitables Wachstum

erzielen wir, indem wir Spitzenleistungen bei der Produktentwicklung, im Kundenservice sowie im Vertrieb in unseren Zielmärkten erbringen. Zurich bleibt ihrem Kurs treu, neue Möglichkeiten für profitables Wachstum zu suchen und zu nutzen.

Operative Verbesserungen

nennen wir unsere Methode, weiterhin Kernbereiche wie das Risiko- und Anlagemanagement, das Underwriting und die Schadenbearbeitung zu stärken, während wir in den von uns ausgewählten Märkten gleichzeitig flexibel, dynamisch und innovativ bleiben.

Kundenorientierung

bedeutet eine sehr gute Kenntnis der Kunden, kompetente Beratung und globale Perspektive, eine schnelle, faire und unkomplizierte Zusammenarbeit und ein Umgang mit den Kunden, der einer hohen Kundenorientierung entspricht.

Mitarbeiterführung

Unter Mitarbeiterführung verstehen wir unseren Anspruch, die Besten zu finden und zu halten und sie während ihrer Laufbahn zu entwickeln und zu motivieren. Dabei anerkennen und belohnen wir ihre Leistungen und bieten ihnen sehr attraktive und abwechslungsreiche Laufbahnen an. Wir möchten nicht nur in unserer eigenen Branche, sondern branchenübergreifend der Arbeitgeber ihrer Wahl sein.

Unsere Performance

USD 5'593 Mio
Business operating profit, 2009

AA-/stabil

Standard & Poor's-Rating der finanziellen Stärke der Zurich Versicherungs-Gesellschaft AG, März 2010

136%

Ökonomische Kapitalquote (1. Januar, Schätzung für 2010)

28.

gewinnbringendes Quartal in Folge, im vierten Quartal 2009

5.

grösster Erstversicherer gemessen an der Börsenkaptalisierung, April 2010

USD 2,9 Mrd

aus Verbesserungen im Rahmen der Initiativen von The Zurich Way, 2006-2009

Zurich **HelpPoint**



Weitere Informationen finden Sie unter www.zurich.com