



ZURICH®



Zurich ist bereit für die Zukunft

Zurich ist eines der grössten Versicherungsunternehmen weltweit und gehört zu den wenigen Versicherern, die global tätig sind. Wir unterstützen unsere Kunden dabei, Risiken zu verstehen und sich gegen diese zu schützen. Mit über 60'000 Mitarbeitenden, die Dienstleistungen in mehr als 170 Ländern erbringen, sind wir bestrebt, der beste globale Versicherer aus Sicht unserer Aktionäre, Kunden und Mitarbeitenden zu werden.

Zurich – globaler Versicherer

Zurich verfügt über starke Marktpositionen bei Privatkunden, mittelständischen und grossen Unternehmen in Nordamerika und Europa sowie über wachsende Positionen im asiatisch-pazifischen Raum, im Nahen Osten und in Lateinamerika.

Unsere Kernwerte

Eine verantwortungsbewusste und nachhaltige Unternehmensführung ist bei Zurich Bestandteil guten Managements und ein wesentliches Element unserer Geschäftspraxis. Wir sind bestrebt, unser Markenversprechen einzulösen, unsere finanzielle Disziplin beizubehalten und unseren Kernwerten Integrität, Kundenorientierung, Exzellenz, Teamgeist und nachhaltiger Wertschöpfung treu zu bleiben.

Unser Geschäft ist unterteilt in drei Kernsegmente:

General Insurance

General Insurance ist das Segment, über welches unsere Gruppe Privatpersonen, Kleinbetrieben und grossen Unternehmen Produkte und Dienstleistungen in den Bereichen Motorfahrzeug-, Eigenheim- und gewerbliche Versicherungen anbietet.

Global Life

Global Life ist ein wichtiger Wachstumsmotor der Gruppe. Wir bieten unseren Kunden erstklassige Lösungen in den Bereichen Lebensversicherung, Kapitalanlagen, Spar- und Vorsorgeprodukte und vermitteln ihnen so Zuversicht hinsichtlich ihrer finanziellen Zukunft.

Farmers

Farmers umfasst die Farmers Management Services, die nicht-schadenbezogene Managementdienstleistungen für die Farmers Exchanges (die wir nicht besitzen) erbringt, sowie die Marken Foremost, 21st Century in den Vereinigten Staaten und Farmers Re.

Unsere Performance

USD 4,9 Mrd.
Business operating profit, 2010

AA-/stabil
Standard & Poor's-Rating der
finanziellen Stärke der Zurich
Versicherungs-Gesellschaft AG,
März 2011

239%
Solvency-I-Quote
(Per 31. März 2011)

Weitere Informationen finden Sie unter www.zurich.com

Strategischer Überblick

Unsere Strategie zur Schaffung von nachhaltigem Shareholder Value baut auf sechs Grundpfeilern auf, die so gestaltet sind, dass sie die Bindung der Kunden und Mitarbeiter fördern, die Rentabilität vorantreiben und Synergien in unserem weltweiten Geschäft ausnutzen.

Profitables Wachstum

- Verbessertes Market Management
- Selektive Akquisitionen

Kundenorientierung

- Sehr gute Kenntnis der Kunden
- Gruppenweite Kennzahlen für Kundenzufriedenheit

Operative Verbesserungen

- Transaktionsbasierte Exzellenz und Kostenmanagement
- Intensivierung von «The Zurich Way»

Mitarbeiterführung

- Besseres Engagement der Mitarbeitenden, leistungsorientierte Unternehmenskultur
- Systematische Planung des zukünftigen Personalbedarfs

Organisatorische Agilität

- Klare Verantwortlichkeiten und zielgerichtete Entscheidungskompetenzen
- Konkurrenzfähigere Organisation

Finanzielle Disziplin

- Fortgesetzt disziplinierte, risikooptimierte langfristige Ausrichtung
- Steuerung basierend auf messbaren Entscheidungsgrundlagen