

Platzhirsch Die Uniqa bleibt unangefochten an erster Stelle und durchbricht die 20%-Marke. Erstmals dabei: die Tiroler Versicherung. Im Fokus bleiben weiterhin Digitalisierung, Webauftritt und – no na – der Kunde.

Der österreichische Versicherungsmarkt

Rang	Unternehmen	Marktanteil 2016	Marktanteil 2015
1	Uniqa Österreich Versicherungen AG	21,23%	14,40%
2	Wiener Städtische Versicherung AG (VIG)	13,65%	13,69%
3	Generali Versicherung AG	13,34%	13,21%
4	Allianz Elementar Versicherungs-AG	5,89%	5,62%
5	Donau Versicherung AG (VIG)	4,74%	4,57%
6	Sparkassen Versicherung AG (VIG)	4,67%	4,93%
7	Zürich Versicherungs-AG	3,69%	3,54%
8	Ergo Versicherung AG	3,57%	3,74%
9	Grazer Wechselseitige Versicherung AG	2,98%	2,84%
10	Wüstenrot Versicherungs-AG	2,85%	2,83%
11	Helvetia Versicherungen AG	2,80%	2,30%
12	Merkur Versicherung AG	2,56%	2,35%
13	Oberösterreichische Versicherung AG	2,38%	2,43%
14	Allianz Elementar Lebensversicherungs-AG	2,32%	2,34%
15	Niederösterreichische Versicherung AG	1,75%	1,68%
16	Bawag PSK Versicherung AG	1,36%	1,61%
17	Österreichische Beamtenversicherung VVaG	1,08%	1,14%
18	HDI Versicherung AG	0,93%	0,89%
19	FWU Life Insurance Austria AG*	0,72%	0,78%
20	Tiroler Versicherung V.a.G.	0,71%	0,69%

Quelle: Versicherungsverband (VVO); * Namensänderung von Skandia Lebensversicherungs AG in FWU Life Insurance Austria AG.



© Uniqa

Andreas Brandstetter
Uniqa

„Die neuen Vorstandsbereiche ‚Digitalisierung‘ sowie ‚Kunde und Markt‘, unser Innovations- und Digitalisierungsprogramm mit 130 neu geschaffenen Arbeitsplätzen, Kooperationen mit FinTechs, Start-ups und Acceleratoren verdeutlichen die Relevanz, die dieses Thema für uns hat. Überdurchschnittlich hohe Weiterempfehlungsraten unserer Kunden in allen Kernmärkten zeigen, dass wir den richtigen Weg eingeschlagen haben.“



© Tiroler Versicherung

Franz Mair
Tiroler Versicherung

„Wir waren nicht beim ‚Goldrausch‘ vor der Finanzkrise dabei, wo das Geld mancherorts offenbar auf den Bäumen gewachsen ist. Wofür uns damals diverse Fachleute ‚Mutlosigkeit‘ und ‚konservative Geschäftsmodelle‘ attestierten, werden wir heute gelobt. Wir standen damals und stehen heute dazu: Wie unsere Kunden agieren wir als ordentliche Kaufleute, und wenn das langweilig ist, dann sind wir seit 17 Jahren sehr erfolgreich langweilig – aber stets bestrebt, im Erfolg neue Impulse zu setzen.“



© Rafaela Prohl

Susanne Riess
Wüstenrot

„Die Wüstenrot Gruppe beweist seit über 91 Jahren sehr erfolgreich, dass sie die Kernwerte der Marke wie Sicherheit, Wert Beständigkeit und langfristige Planbarkeit mit modernen Trends in Verbindung setzt und dadurch den Erfolg des Unternehmens sicherstellt. Wir haben im vergangenen Geschäftsjahr, diesem Anspruch folgend, wichtige Investitionen getätigt und mit Klickmal.at auch eine digitale Marke etabliert. Die Umsetzung unserer digitalen Strategie zählt zu den Prioritäten.“



© Klaus Vyhalek

Harald Riener
Donau Versicherung

„Unsere neue Website ist ein weiterer wichtiger Schritt zur Positionierung und zum Erreichen unserer Vision als kundenorientiertester Versicherer Österreichs. Die übersichtliche Struktur und das ansprechende Design geben dem Kunden schnell einen klaren Überblick über unsere Services und Angebote. Mittels interessanter Fakten informieren wir proaktiv über mögliche Risiken und stehen als verlässlicher Partner mittels Live-Chat sofort bereit.“