

Referat Dr. Andreas Burckhardt
Präsident des Verwaltungsrates
(es gilt das gesprochene Wort)

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,
meine Damen und Herren

Zur 55. ordentlichen Generalversammlung der Baloise Holding AG heisse ich Sie herzlich willkommen. Mit Ihrer Anwesenheit, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, beweisen Sie, welchen Stellenwert die Generalversammlung für Sie hat.

Ich freue mich zudem speziell über die Anwesenheit zahlreicher Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Baloise und über die vielen Ehemaligen und Pensionierten. Stellvertretend für all diese ehemaligen Funktionsträgerinnen und Funktionsträger, die die Basis unseres heutigen Erfolges gelegt haben, begrüsse ich unseren Ehren-Präsidenten, meinen Vorgänger als Präsident, Rolf Schäuble. Sie alle machen die Generalversammlung Jahr für Jahr nicht nur zu einer aktienrechtlichen Notwendigkeit und Pflicht, sondern zu einem Anlass, an welchem wir die Baloise Kultur gemeinsam erleben dürfen.

Zu dieser Kultur gehört auch die langjährige Tradition, dass unsere Lernenden aus dem 2. Lehrjahr an der Generalversammlung teilnehmen. Heute mehr denn je erachten wir es als überaus wichtig, jungen Menschen mit Entwicklungsmöglichkeiten einen Einstieg in die Berufswelt zu ermöglichen. Berufslehren bei uns sind anspruchsvoll, aber sie bieten attraktive Karrierechancen. Wir werden den Lernenden im 2. Lehrjahr ein Angebot für eine feste Weiterbeschäftigung machen können, sollte sich ihre positive Entwicklung im 3. Lehrjahr bestätigen. Sie erhalten anschliessend entweder eine Festanstellung oder können direkt eine fachliche Weiterbildung machen. Damit bieten wir ein attraktives Paket für Berufseinsteiger mit Potential und Ambitionen.

Gruppenweit bieten wir in Belgien, Deutschland, Luxemburg und der Schweiz aktuell rund 245 Lernenden, Praktikanten und Werkstudenten die Chance, bei der Baloise ihre berufliche Zukunft zu starten. Wir stehen zu diesem einzigartigen dualen System der Berufslehre im Betrieb und der daneben laufenden schulischen Ausbildung. Aus diesem Grunde investieren wir mit Überzeugung in die Ausbildung. Sie, liebe Lernenden, heisse ich deshalb besonders herzlich willkommen.

Meine Damen und Herren: An der diesjährigen Generalversammlung gedenken wir unserem ehemaligen Konzernleitungsmitglied German Egloff, welcher am 20. Januar dieses Jahres nach einer schweren Krankheit verstorben ist. Der viel zu frühe Tod von German Egloff hat uns alle betroffen gemacht. Vor einem Jahr haben wir ihn an dieser Stelle noch in den Ruhestand verabschiedet, nachdem er sich entschieden hatte, seine Position in der Konzernleitung niederzulegen. Er blieb der Baloise im letzten Jahr verbunden und arbeitete in verschiedenen Projekten weiter mit. So etwa als Verwaltungsrat unserer Ländergesellschaften in Belgien und Luxemburg. Zudem beaufsichtigte er die Arbeiten der Kunstkommission und kümmerte sich als Schirmherr um den Baloise Kunstpreis. Die Baloise Familie hat mit ihm eine Persönlichkeit verloren, welche Ihre Spuren für immer in unserem Unternehmen hinterlassen hat. German Egloff wird dem Verwaltungsrat, der Konzernleitung und vielen von Ihnen im Saal nicht nur als Finanzchef, sondern insbesondere als aussergewöhnlicher Mensch in Erinnerung bleiben.

Meine Damen und Herren, ich möchte Ihnen die Personen hier oben auf der Bühne kurz vorzustellen. Von Ihnen aus gesehen ganz rechts sitzt unser Finanzchef Carsten Stolz und neben ihm unser CEO Gert De Winter. Ganz links von Ihnen aus gesehen sitzt Thomas Pleines, Verwaltungsrat und Vorsitzender des Vergütungsausschusses, und neben ihm Werner Kummer, Vizepräsident des Verwaltungsrates. Gleich zu meiner Rechten sitzt Philipp Jermann, der Sekretär des Verwaltungsrates, welcher auch heute wieder für das Protokoll zuständig ist. Auch die weiteren Mitglieder der Konzernleitung und die CEOs unserer Ländereinheiten sind heute anwesend. Dies ist auch Beleg dafür, wie unter der Führung von Gert De Winter die Ländereinheiten zu einer Gruppe zusammengewachsen sind.

Wir haben heute wie üblich die Reden sowie die Abstimmungen und Wahlen vor uns. Wir werden 22 Einzelabstimmungen vor uns haben und diese wie jedes Jahr effizient aber mit der notwendigen Sorgfalt abarbeiten. Der anschliessende Apéro wird Sie für Ihre Geduld entschädigen. Ich bitte Sie aber, bis zum Ende aller Traktanden im Saal zu bleiben. Erstens wird der Apéro erst nach Ende der Generalversammlung eröffnet und zweitens wird es dort an Nichts mangeln. Wie letztes Jahr werden Sie wiederum die Digitalen Pfadfinder der Baloise im Foyer antreffen. In diesem Jahr werden sie Ihnen einen Einblick geben, wie digitalisiert heute schon Ihr Haushalt ist, welche Möglichkeiten es gibt und wo allfällige Gefahren lauern. Die Digitalen Pfadfinder sind motivierte Mitarbeitende der Baloise, welche ihr Wissen in einem bestimmten Gebiet teilen und sich damit über ihre eigentliche Arbeit hinaus für die Gesellschaft engagieren. Übrigens ist auch der im Vorfeld gezeigte Film über den Baloise Park das Resultat einer Arbeit zweier Mitarbeitenden, die sich mit viel Engagement dieser Aufgabe angenommen haben.

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre. Die Baloise, Ihre Baloise, hat das erste Jahr ihrer neuen strategischen Ausrichtung erfolgreich gestartet. Kern ist unser starkes Versicherungs- und Bankgeschäft. Es ist weiterhin die Basis für den nachhaltigen Erfolg sowie die Grundlage, auf welcher wir die Transformation unseres Geschäftsmodelles vorantreiben. Die Innovationspipeline der Baloise ist prall gefüllt. Neue Initiativen alleine würden aber keinen nachhaltigen Erfolg garantieren, wenn wir den Kern unseres Geschäftes vernachlässigten. Im letzten Jahr haben wir bewiesen, dass wir es verstehen, die richtige Balance zwischen dem Kerngeschäft und neuen Initiativen zu finden.

Der erneut verbesserte Aktionärgewinn von 548 Mio. CHF und der stabile Schaden-Kosten-Satz von 92.3% in 2017 sind Ausdruck unseres Erfolges. Erfreulich ist auch, dass wir nicht nur profitabel, sondern im Geschäftsvolumen mit fast 4% gewachsen sind.

Knapp 3% im Nichtlebensgeschäft und 4.5% im Lebensgeschäft. Wobei das Wachstum im Bereich Lebensversicherung auf das Wachstum von 14.6% im anlagegebundenen Lebensgeschäft zurückzuführen ist, während das traditionelle Geschäft weiter tendenziell

zurückgefahren wird. Das für Versicherungsgelder erwirtschaftete Anlageergebnis entspricht einer Nettorendite von 2.9%.

Der Abschluss 2017 beweist, dass die Baloise die Herausforderungen der digitalen Transformation mit einem starken Kerngeschäft als unabdingbare Basis angeht. Diese Stärke gibt uns die Möglichkeit zu wachsen und für die Zukunft zu investieren. Die Baloise befindet sich in ausgezeichneter Verfassung, weshalb der Verwaltungsrat Ihnen eine im Vergleich zum Vorjahr doppelt so grosse Erhöhung der Dividende um 40 Rappen, auf 5 Franken 60, beantragen wird. Dies entspricht einer Erhöhung um 8 Prozent.

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre, die politische Landschaft steht nicht still. Die Probleme werden nicht kleiner und als Versicherung sind wir teils noch stärker von Regulierungen betroffen, als die Wirtschaft im Allgemeinen. Trotzdem möchte ich heute nicht über diese Themen sprechen. Heute geht es um unsere Baloise. Sie soll im Mittelpunkt meiner Ausführungen stehen. Was machen wir, damit wir als Baloise für die Zukunft gerüstet sind?

In der aktuellen Phase werden viele Strategien diskutiert und herumgereicht, wenn es um die Herausforderungen einer digitalisierten Gesellschaft geht. Für Aussenstehende mögen zuweilen die Lösungen und Massnahmen der Unternehmen ähnlich scheinen. Die Baloise unterscheidet sich allerdings in einem Aspekt grundlegend von anderen Marktteilnehmern - in der Umsetzung.

Digitalisierung wurde von einigen Journalisten bereits als Schimpf- oder Unwort des vergangenen Jahres erkoren. Jeder versteht unter diesem Begriff etwas anderes. Die einen reden davon, dass Digitalisierung Effizienz fördert, Kosten spart und Arbeitsplätze kostet. Andere sehen darin digitale Spielereien wie Apps oder Virtual Reality Brillen und setzen Digitalisierung mit der Welt im Internet gleich. Wir bei der Baloise hatten von Anfang an ein etwas anderes Verständnis von Digitalisierung. Digitalisierung ist weit mehr als die Nutzung digitaler Vertriebskanäle. Es bedeutet ein fundamentaler Wandel im Geschäftsmodell, der alle Bereiche eines Unternehmens tangiert. Von der Technologie über die Arbeits- und Unternehmenskultur bis hin zur Frage, wie das

Produkt oder die Dienstleistung denn ausgestaltet sein muss, um in Zukunft erfolgreich zu sein. Wir haben deshalb unseren Fokus schon früh auf die Unternehmenskultur gelegt. Die Mitarbeitenden sind der Schlüssel und die Unternehmenskultur ist die Basis, auf welcher sich die digitale Transformation entwickelt. Es wäre ein Fehler, sich nur alleine auf neue digitale Initiativen zu konzentrieren und alles Bisherige über den Haufen zu werfen. Wir müssen zudem den Weg gemeinsam mit unseren Mitarbeitenden gehen.

Aus diesem Grund ist das Ziel, zu einem der besten Arbeitgeber in der Branche zu avancieren, auch eines von drei strategischen Zielen. Langsam, so scheint es, erkennen auch Beobachter ausserhalb der Baloise diesen erfolgsversprechenden Weg. Produkte und Dienstleistungen können heute innert Monaten kopiert werden, die Hingabe von Mitarbeitenden und eine Unternehmenskultur hingegen brauchen Jahre, wenn nicht Jahrzehnte, um sich zu entwickeln.

Dabei stehen die alte und neue Welt nicht in einem Widerspruch zu einander. Wer nicht den Fehler macht, an der alten Welt festhalten zu wollen, kann die Erfahrungen und Werte aus dieser Welt nutzen, um neue Initiativen schneller umzusetzen. Wie das gehen kann, zeigen die knapp 20 Jahre, welche zwischen dem Wintersturm "Lothar" sowie den anfangs 2018 wütenden Stürmen "Burglind" und "Frederike" vergingen. Obwohl die Intensität vergleichbar war, liegen die Schäden der diesjährigen Stürme auf tieferem Niveau. Das hat per se nichts mit Glück zu tun, sondern mit dem technischen und professionellen Fortschritt. Die Prävention hat in diesen Jahren an Stellenwert gewonnen und wir Versicherer haben viel in Dienstleistungen investiert, welche weiter gehen, als nur den entstandenen Schaden zu ersetzen.

Dabei machen wir uns auch die rasante digitale Entwicklung zunutze. Zum Zeitpunkt von "Lothar" nutzten knapp ein Viertel der Schweizer Haushalte privat ein Mobiltelefon und nur eine von fünfzehn Personen war mehrmals pro Woche im Internet unterwegs. Heute liegt die Verbreitung von Mobiltelefonen bei 95% und das Internet ist mit 84% regelmässiger Nutzer ein fester Bestandteil des Lebens geworden. Diese Technologien und Möglichkeiten der Kommunikation ermöglichen es, laufend auch über die Entwicklung von Naturereignissen zu informieren. Im Gegensatz zu Lothar waren wir

dieses Mal vorbereitet. Dieser Vergleich zeigt bildhaft auf, wie sich unser Geschäft verändert hat. Das Verhalten der Kunden hat sich aufgrund der Digitalisierung gewandelt, die Ansprüche sind gestiegen und die Interaktion des Kunden mit uns als Versicherer hat sich verändert. So hat die Baloise als erster Versicherer in der Schweiz die Online-Schadenmeldung voll digitalisiert. Statt unzähliger Formulare und Fachjargon erwartet die Kunden ein interaktiver Chat mit Foto- und Spracherkennung. Dadurch kann ein Schaden in Minutenschnelle gemeldet werden – ohne mühsames Eintippen von administrativen Angaben. Der Kunde ist heute auch informierter und tritt selbstbewusster auf als früher.

Er weiss genau, was er will und erwartet von uns und unserer Beratung einen konkreten Mehrwert. Geblieben ist aber das Grundbedürfnis des Schutzes. Genau das bieten wir weiterhin, ungeachtet der Investitionen in künftige Dienstleistungen und Produkte. Im Kern geht es deshalb auch heute immer noch um dasselbe: Da zu sein, wenn uns der Kunde braucht und so da zu sein, wie er es wünscht.

Das gesellschaftliche Umfeld, die der Situation des Versicherungsnehmers angepassten Bedürfnisse und die Ansprüche als Kunde im digitalisierten Zeitalter verändern sich, während der Kerngedanke des Schutzes bleibt. Wir müssen daher die Art und Weise, wie wir künftig unsere Dienstleistungen anbieten, anpassen. Im vergangenen Jahr haben wir mit einer grossen Dynamik an Innovationen, welche unsere Geschäftsmodelle ergänzen oder verändern, gearbeitet. Wir gehen dabei entlang von fünf Dimensionen vor: Auskundschaften, Inkubieren, Kooperieren, Testen und Akquirieren.

Dank dieser Vorgehensweise können wir bereits nach einem Jahr eine breit aufgestellte und prall gefüllte Innovationspipeline vorweisen. Natürlich erhoffen wir uns, dass möglichst viele dieser Innovationen sich in den nächsten Jahren zu profitabler Reife entwickeln.

Mit zwei Partnern schauen wir uns laufend eine Vielzahl von Start-ups an, die das Potenzial haben, das Geschäftsmodell der Baloise weiterzuentwickeln. Zum einen ist das die Investment- und Beratungsfirma Anthemis Group, mit welcher die Baloise bis zu

50 Mio. CHF in europäische und USA-basierte Start-ups investiert.

Wir profitierten vom Know-how von Anthemis im Bereich digitale Finanzdienstleistungen, was wir in die Umsetzung der "Simply Safe"-Strategie einfliessen lassen. Zum andern sind wir beim Schweizer FinTech- Inkubator und Accelerator "F10", welcher von der Schweizer Börse initiiert wurde, seit letztem Jahr Investor und Partner. Damit erhält die Baloise exklusiven Zutritt zu vielversprechenden internationalen FinTech-Start-ups und neuen Technologien und Geschäftsmodellen, welche das Potential haben, althergebrachte Lösungen vollständig vom Markt zu verdrängen.

Die Baloise stösst aber auch eigene Start-Ups an. Mit "Friday" in Deutschland und "Mobly" in Belgien sind zwei Unternehmen lanciert, welche im Bereich Mobilität Innovation bringen. "Friday" ist ein Online-Motorfahrzeugversicherer und hat bereits nach einem Jahr in Deutschland den ersten verbrauchsabhängigen Motorfahrzeugtarif lanciert. Mit über 15'000 neugewonnenen Kundinnen und Kunden innerhalb eines Jahres ist "Friday" besser als erwartet gestartet.

In Belgien steht "Mobly" erst am Anfang. "Mobly" ist eine Mobilitätsplattform, welche im Segment des Gebrauchtwagenmarktes Dienstleistungen anbietet, die über die eigentliche Motorfahrzeugversicherung hinausgehen. Gestartet sind wir mit zwei Produkten. "Mobly Go" ist ein Assistance-System für alle Marken im Gebrauchtwagensegment, während "Mobly Car Expert" Kunden mit Expertise beim Kauf eines Gebrauchtwagen unterstützt. Der Gebrauchtwagenmarkt in Belgien ist ein sehr grosser Markt und mit Dienstleistungen über die eigentliche Motorfahrzeugversicherung hinaus erhoffen wir uns, zusätzliche Kunden zu gewinnen. So werden in Belgien im Bereich Mobilität nur gerade 20% für Versicherungen ausgegeben.

Die restlichen 80% fliessen in andere Dienstleistungen, welche wir mit der Mobilitätsplattform "Mobly" möglichst breit abdecken werden.

Ein wichtiges Element ist auch die Optimierung und Erweiterung des Kerngeschäftes mittels Innovation. So wurde zum Beispiel in der Schweiz eine ganze Palette an

Versicherungen für Junge unter dem Namen "YoungGo" lanciert. Haushalt, Motorrad und Motorfahrzeugversicherungen, welche auf die Bedürfnisse von jungen und digital affinen Kunden zugeschnitten sind. Dies ist wichtig für uns, um auch in dieser Zielgruppe zu wachsen. "YoungGo" hat uns denn auch sehr viele Neukunden in der Schweiz gebracht.

Basierend auf Kooperationen mit Start-ups entstanden zudem neue Produkte wie die Uhrenversicherung mit einer Bilderkennungssoftware, die erste Cyberversicherung für Privatpersonen in der Schweiz, die erste Hypotheken App der Schweiz sowie eine voll digitalisiert und nur mit wenigen Klicks abschliessbare Gegenstandsversicherung für über 60 Einzelgegenstände. All diese neuen Lösungen basieren auf unserem starken Kerngeschäft, wurden aber den Bedürfnissen einer mobilen und digitalisierten Gesellschaft angepasst.

Mit gezielten Akquisitionen schliesslich investieren wir in die Erweiterung unseres Dienstleistungsspektrums. Dank der Übernahme von "MOVU", der grössten digitalen Umzugsplattform der Schweiz, erhöhen wir auf einen Schlag die Kundeninteraktionspunkte. Das Kerngeschäft von MOVU liegt aktuell in der Organisation von Umzügen. Wer einen Umzug plant, erhält über MOVU Offerten von geprüften Umzugsunternehmen. Er kann somit transparent ein passendes Angebot auswählen und direkt über die Plattform buchen – inklusive Beratung durch die unabhängigen Umzugsexperten von MOVU. Ebenso wichtig sind für uns in Zukunft auch die Möglichkeiten, die sich in der gemeinsamen Entwicklung von Lösungen im Bereich des Plattformgeschäftes ergeben, so zum Beispiel bei Dienstleistungen rund um das Thema "Haus & Heim".

Meine Damen und Herren, liebe Aktionärinnen und Aktionäre. Sie sehen, die Baloise ist mit ihren Initiativen breit abgestützt. Das Unternehmen versprüht die unternehmerische Dynamik, welche notwendig ist, um für die heutigen Anforderungen gerüstet zu sein. Wir schauen mit Zuversicht in die Zukunft und wissen um unsere Stärken aus der Vergangenheit, welche die Grundlage für den künftigen Erfolg bilden.

Nun könnte ich zufrieden zum statutarischen Teil unserer Generalversammlung überleiten. Doch die politische Realität macht zum Schluss doch wenige Bemerkungen notwendig.

1. Wir dürfen beim Kampf gegen die Regulierungswut nicht aufgeben, denn jedes neue Gesetz nimmt der unternehmerischen Dynamik die lebenswichtige Freiheit.

2. Es darf nicht sein, dass die am stärksten wachsenden Branche der Staat ist, welcher Arbeitsplätze kreiert, die mit dem Geld der Steuerzahler finanziert werden und Privaten und Unternehmen regelmässig das Leben erschweren statt zu erleichtern.

und

3. Die Baloise steht weiterhin zur Vollversicherung in der 2. Säule, allerdings muss die Politik endlich mehrheitsfähige Lösungen und gesetzliche Rahmenbedingungen präsentieren, welche das Geschäft auch künftig tragbar machen.

Sie sehen, die Baloise ist gut aufgestellt, doch wir werden auch in Zukunft genügend Stoff haben, um weitere Generalversammlungen zu füllen.