

Geschäftsbericht 2017 in Kürze

Wir gestalten
Zukunft.



Kennzahlen zur konsolidierten Jahresrechnung

in CHF Mio.	2017	2016	Veränderung in %
Nicht-Leben und Leben			
Bruttoprämien	3 774.7	3 629.8	+4.0
Verdiente Prämien für eigene Rechnung	3 603.7	3 452.9	+4.4
Versicherungstechnische Rückstellungen für eigene Rechnung	10 995.6	10 659.5	+3.2
Versicherungstechnische Rückstellungen für Rechnung und Risiko Dritter	822.5	828.4	-0.7
Versicherungstechnische Rückstellungen Kapitalisationsgeschäft	0.1	0.0	n. a.
Kapitalanlagen	17 150.1	16 212.4	+5.8
Kapitalanlagen auf Rechnung und Risiko Dritter	822.5	828.4	-0.7
Kapitalanlagen Kapitalisationsgeschäft	17.0	0.0	n. a.
Technisches Ergebnis	145.2	187.8	-22.7
Finanzielles Ergebnis	336.6	373.5	-9.9
Ausserordentliches Ergebnis	0.0	-71.7	n. a.
Konsolidierter Jahresgewinn	440.5	439.5	+0.2
Konsolidiertes Eigenkapital	4 834.9	4 337.7	+11.5
Eigenkapitalrendite	9.6%	9.6%	+0.0
Nicht-Leben			
Bruttoprämien	2 961.4	2 827.0	+4.8
Verdiente Prämien für eigene Rechnung	2 795.3	2 655.6	+5.3
Versicherungstechnische Rückstellungen für eigene Rechnung	5 512.9	5 367.5	+2.7
Technisches Ergebnis	257.9	295.0	-12.6
Finanzielles Ergebnis	186.6	230.5	-19.0
Ergebnis nach Steuern	406.2	411.9	-1.4
Schadenbelastung für eigene Rechnung	63.2%	61.7%	
Kostensatz für eigene Rechnung	26.3%	25.8%	
Satz übrige versicherungstechnische Kosten für eigene Rechnung (inkl. Überschussanteile an Versicherungsnehmer)	1.3%	1.3%	
Combined Ratio für eigene Rechnung	90.8%	88.9%	
Leben			
Bruttoprämien	813.3	802.8	+1.3
Verdiente Prämien für eigene Rechnung	808.5	797.3	+1.4
Versicherungstechnische Rückstellungen für eigene Rechnung	5 482.7	5 292.0	+3.6
Versicherungstechnische Rückstellungen für Rechnung und Risiko Dritter	822.5	828.4	-0.7
Versicherungstechnische Rückstellungen Kapitalisationsgeschäft	0.1	0.0	n. a.
Technisches Ergebnis	-112.7	-107.2	-5.1
Finanzielles Ergebnis	150.1	143.0	+5.0
Ergebnis nach Steuern	34.3	27.6	+24.3
Kostensatz für eigene Rechnung	15.7%	15.5%	

Veränderung einer Erfolgsrechnungszahl in Prozent (%), positive Wirkung auf Ergebnis (+), negative Wirkung auf Ergebnis (-), n. a.: nicht anwendbar

Die aufgeführten Beträge sind gerundet. Das Total kann deshalb von der Summe der einzelnen Werte abweichen; Rundungsdifferenzen können sich deshalb ebenfalls in den Prozentsätzen ergeben.

Wir gestalten Zukunft.

Die Digitalisierung verändert nicht nur die Gesellschaft und das tägliche Leben, sondern verlangt insbesondere auch nach einer Veränderung der Arbeitswelt. Um auch in Zukunft erfolgreich zu sein, wollen und müssen wir beweglich bleiben und unser Unternehmen durch Innovation, Diversität und Interdisziplinarität weiterentwickeln. Dabei setzen wir auf die Unterstützung und das Engagement unserer Mitarbeitenden. Sie sind unser Schlüssel zum Erfolg. Denn nur gemeinsam erreichen wir unsere Ziele und können Mehrwert für unsere Kundinnen und Kunden schaffen.

So individuell wie unsere Mitarbeitenden sind auch ihre Geschichten. Alle haben aber eines gemeinsam – die Mobiliar als inspirierende Arbeitgeberin.

Geschäftsjahr in Kürze

Die Mobiliar konnte ihren Wachstumskurs ungebremst fortsetzen. Das Ergebnis der Gruppe für das Geschäftsjahr 2017 fiel erneut ausgezeichnet aus.

Liebe Kundinnen und Kunden

2017 erzielte die Mobiliar mit einem Gewinn von CHF 440.5 Mio. erneut ein herausragendes Ergebnis. Im Nicht-Lebengeschäft übertrafen wir mit einem Prämienzuwachs von 4.8 % das Marktwachstum von 0.9 % wiederum sehr deutlich. Dabei steuerte die erstmalige Konsolidierung der SC, SwissCaution SA rund einen Drittel zum Wachstum bei. Aber auch ohne Berücksichtigung dieser Akquisition gelang es uns, das Wachstum in unseren angestammten Segmenten der Privatpersonen und Geschäftskunden fortzusetzen. Der Schadenverlauf lag in etwa im Durchschnitt der letzten zehn Jahre.

Im Lebengeschäft behaupteten wir unsere führende Stellung in der Rückversicherung von Vorsorgeeinrichtungen und im Geschäft der Risiko-Todesfallversicherungen für Privatpersonen. In der privaten Vorsorge erzielten wir im Geschäft mit wiederkehrenden Prämien erneut ein über dem Markt liegendes Wachstum. Unseren Marktanteil im Sparversicherungsgeschäft konnten wir weiter steigern. In der beruflichen Vorsorge verzeichneten wir ein insgesamt leicht höheres Prämienvolumen. Auf der Leistungsseite stiegen die Aufwendungen für Todesfälle sowohl im Einzel- als auch im Kollektivlebensgeschäft an.

An den Finanzmärkten setzte im Verlauf des Berichtsjahres eine global synchron verlaufende Aufwärtsentwicklung ein. Dabei erwiesen sich die USA erneut als Wachstumslokomotive. In der Eurozone setzte sich der konjunkturelle Aufschwung fort und gewann weiter an Kraft. Die Schweizer Wirtschaft startete verhalten, fand aber im zweiten Halbjahr zu einem leicht stärkeren Wachstum zurück. Aufgrund des guten Marktumfelds profitierten wir von höheren Aktienkursen, die sich grösstenteils in den Neubewertungsreserven im Eigenkapital und nur zu einem kleinen Teil in den ergebnisrelevanten



Urs Berger, Präsident des Verwaltungsrats; Markus Hongler, CEO

Zuschreibungen auswirkten. Dies führte dazu, dass der Ergebnisbeitrag aus dem Finanzgeschäft im Vorjahresvergleich leicht tiefer ausfiel.

Die Gruppe Mobiliar hält an ihrer Vision, langfristig profitabel und stärker als der Markt zu wachsen, fest. Wir investierten deshalb erneut einen dreistelligen Millionenbetrag in Projekte. Rund 90 % der Investitionen flossen dabei wiederum in den Unterhalt, die Modernisierung und Digitalisierung unseres Kerngeschäfts. Ein Meilenstein dabei war die Einführung des neuen Mobiliar Claims System (MCS) für die Branchen Sach, Haft und Mobilität, welches die bisher unterschiedlichen Schadensysteme ablöste. Rund 10 % unseres Projektbudgets investieren wir in neue und innovative Geschäftsmodelle, die als Testfelder dienen, um Erfahrungen zu sammeln und Erkenntnisse daraus zu gewinnen. Um zusätzliches Know-how zu erlangen, investieren wir in digitale Unternehmen. Um unsere Organisation noch stärker auf die Digitalisierung auszurichten, formierten wir per 1. Juli 2017 unsere Geschäftsleitung neu. Dazu etablierten wir den neuen Geschäftsleitungsbereich «Operations», der die verschiedenen strategischen Aktivitäten bündelt.

Per 1. Januar 2018 konnten wir aufgrund des stetigen Wachstums der Mobiliar eine magische Grenze überschreiten. Erstmals schenken uns mehr als zwei Millionen Privatpersonen und Unternehmen ihr Vertrauen. Wir danken unseren langjährigen Kundinnen und Kunden für ihre Treue und heissen alle Neuversicherten herzlich willkommen.

A handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized 'U' followed by a horizontal line and a small 'r'.

Urs Berger
Präsident des Verwaltungsrats

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'M. Hongler' in a cursive style.

Markus Hongler
CEO

Partnerschaftlich und verantwortungsvoll

Umsichtig, unabhängig und kapitalstark betreibt die Mobiliar das Versicherungs- und Anlagegeschäft mit langfristiger Optik.

Die Mobiliar wurde 1826 als erste private Versicherung der Schweiz und als Genossenschaft gegründet. Diese Rechtsform hat sich für die Mobiliar bewährt. Heute steht eine schlagkräftige Organisation unter der überdachenden Genossenschaft. Folgerichtig ist die wirtschaftliche Leistung nach wie vor gezielt auf die Kunden ausgerichtet, die – anstelle von Dividenden an Aktionäre – freiwillige Überschussbeteiligungen erhalten. Die ausgeprägte Kundenorientierung und Kundennähe pflegt die Mobiliar über ein flächendeckendes Netz von 79 Generalagenturen, die an rund 160 Standorten die kundennahe und persönliche Betreuung sicherstellen. Unser Anspruch ist es, gegenüber den Kunden die persönlichste Versicherung zu sein, sei dies in der Beratung, im Abschluss, in der Betreuung oder im Schadenfall und unabhängig davon, über welchen Kanal der Kontakt erfolgt.

Die Genossenschaftsphilosophie verleiht auch der Unternehmensführung eine besondere Charakteristik und ist von Langfristigkeit geprägt, da das Unternehmen nicht kurzfristige Erfolge ausweisen muss. Das Versicherungsgeschäft wird vorwiegend von der Betrachtung über lange Zeitperioden bestimmt, da das Schadenausmass über Jahre und Jahrzehnte hinweg beträchtlich variieren kann. Um solch grossen Schwankungen im Schadenaufwand und ungünstigen Finanzmarktentwicklungen Rechnung tragen zu können, benötigt die Gruppe Mobiliar bedeutende Eigenmittel.

Ein nachhaltig selbstfinanziertes Versicherungsgeschäft bedarf weitsichtiger Strategien. Die Risiken, die wir im Versicherungsgeschäft und bei den Vermögensanlagen eingehen, stehen in einem ausgewogenen Verhältnis zu unserem Eigenkapital. In Bezug auf die Eigenmittelausstattung belegt die Gruppe Mobiliar unter den Schweizer Erstversicherern mit einem SST-Quotienten von 400 % den Spitzenplatz.

Erfolg teilen

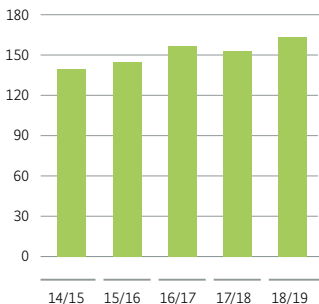
Die Mobiliar sichert den Fortbestand und die Weiterentwicklung des Unternehmens aus eigener Kraft und beteiligt ihre Kundinnen und Kunden am Erfolg.

Der Genossenschaft als Alleineignerin wird seit Jahren eine lediglich bescheidene Dividende ausgerichtet. In erster Linie lässt die Mobiliar ihre Kunden am Erfolg teilhaben. Auch die Mitarbeitenden kommen in den Genuss einer freiwilligen Erfolgsbeteiligung. Um in Zukunft weiterhin erfolgreich zu sein, investieren wir beträchtliche Mittel in die Entwicklung des Unternehmens.

Überschussbeteiligungen auch für Nicht-Leben-Kunden

Es ist üblich und allgemein bekannt, dass Kunden aus dem Lebensversicherungsgeschäft Überschussbeteiligungen erhalten. Unüblich in der Branche sind hingegen die Überschüsse, welche die Mobiliar auch im Nicht-Lebengeschäft den Kunden auf breiter Ebene zukommen lässt.

**Auszahlungen an Kunden
im Nicht-Lebengeschäft**
inkl. Begleitmassnahmen, in CHF Mio.



Von Juli 2017 bis Juni 2018 kommen alle Kunden, die bei der Mobiliar eine Haushalt- und Gebäudeversicherung abgeschlossen haben, in den Genuss einer Prämienreduktion in Höhe von 20 %. Insgesamt fliessen rund CHF 155 Mio. an die Versicherten zurück. Mit einem Gesamtbetrag von CHF 160 Mio. werden ab Mitte 2018 für die Dauer eines Jahres die Prämienrechnungen der Fahrzeugversicherungen und Betriebsversicherungen für KMU um 10 % vergünstigt. In den letzten zehn Jahren haben wir unsere Versicherten mit Auszahlungen von über CHF 1.3 Mia. aus dem Überschussfonds am guten Geschäftsgang beteiligt.

Strategische Geschäfts- entwicklung

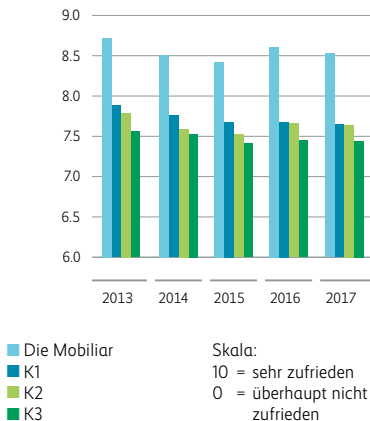
Mit unserer Strategie und den eigenständigen Erfolgsfaktoren sichern wir die nachhaltige Entwicklung unseres Unternehmens.

Die Mobiliar zeichnet sich durch individuelle und qualitativ hochstehende Dienstleistungen auf allen Kanälen aus. Auch in einem zunehmend von Technologie geprägten Umfeld setzen wir weiterhin auf die Menschen. Wir haben den Anspruch, sowohl in der analogen als auch in der digitalen Welt die persönlichste Versicherung der Schweiz zu sein. Durch intelligente Ver-

knüpfung von Mensch und Maschine, von Online und Offline schaffen wir für unsere Kunden einen Mehrwert, der uns von unseren Mitbewerbern unterscheidet. Unsere digitalen Zugänge und die Online-Funktionalitäten werden kontinuierlich optimiert. Die persönliche Betreuung und Pflege der Kunden erfolgt jedoch weiterhin durch die Ansprechpartner der lokal zuständigen Generalagentur.

Seit Jahren weisen wir die höchste Kundenzufriedenheit innerhalb der Versicherungsbranche aus. Unser Wachstum über Markt ist die Folge der konsequenten Umsetzung unseres integrierten Geschäftsmodells mit Unternehmer-Generalagenturen und dem Grundsatz, dass unsere Kunden über alle Kanäle dasselbe Angebot zum gleichen Preis erhalten. Wir wollen den eingeschlagenen Weg fortsetzen und unsere Servicequalität weiter ausbauen.

Kundenzufriedenheit im Vergleich mit Konkurrenten
SIC Swiss Insurance Cockpit DemoSCOPE
(K1 – K3: Konkurrenten)



Rund 90 % unseres Projektportfolios fließt in unser Kerngeschäft, das wir mit einem Mutterschiff vergleichen. Dieses fährt seit Jahrzehnten einen stabilen Kurs, ist sehr erfolgreich unterwegs und wird laufend gepflegt, modernisiert und digitalisiert. Daneben setzen wir wendige und kleine Schnellboote ein. Diese Innovationsinitiativen testen neue Geschäftsmodelle und loten Chancen auf dem Markt aus. Verlaufen diese erfolgreich, werden sie mit unseren bestehenden Produkten und Dienstleistungen kombiniert und in unser Kerngeschäft überführt.

Zudem kaufen wir oder beteiligen uns an Unternehmen, die bereits heute erfolgreich im digitalen Geschäft tätig sind. Die 2016 akquirierten Unternehmen Trianon AG und SC, SwissCaution SA sowie Scout24 Schweiz AG, an welcher wir eine Beteiligung von 50 % halten, entwickelten sich im Berichtsjahr erfreulich. Die Anfang 2017 neu erworbene Pensionskassenverwalterin Treconta AG wurde im Juli vollumfänglich in Trianon AG integriert. Mit dem Produkt «Gemeinschaftskasse BVG Mobiliar» bieten wir unseren KMU-Kunden eine teilautonome Vorsorgelösung an. Das Produkt wird unter der Marke Mobiliar vertrieben. Wo Mobiliar drauf steht, ist auch Mobiliar drin – die Rückversicherung erfolgt durch die Mobiliar Leben, die Vermögensverwaltung über die Fonds der Mobiliar durch die Schweizerische Mobiliar Asset Management AG, der Verkauf durch die Generalagenturen und die Administration durch Trianon AG.

Einen weiteren wichtigen Beitrag zum Übermarktwachstum leisten unsere Vertriebspartnerschaften, wie beispielsweise unsere Kooperationen mit Concordia, Sanitas und family-net (Berner Kantonalbank). Im Bereich der beruflichen Vorsorge pflegen wir langfristige Partnerschaften mit SwissLife und PAX (Vollversicherungsgeschäft) sowie mit Sammelstiftungen in der Rückversicherung biometrischer Risiken. Im Zuge der Integration unserer Tochtergesellschaft SC, SwissCaution wurde die Zusammenarbeit für den Vertrieb von Mietkautionsprodukten über den Aussendienst der Mobiliar erfolgreich aufgenommen. Ebenfalls mit Erfolg gestartet ist unsere Vertriebskooperation mit der Post für die Vermittlung und den Direktabschluss von Nicht-Leben-Versicherungen am Postschalter. Dank der Partnerschaft

mit XL Catlin können wir unseren weltweit tätigen Unternehmenskunden mit Hauptsitz in der Schweiz und Niederlassungen im Ausland seit Mitte 2016 internationale Versicherungslösungen anbieten.

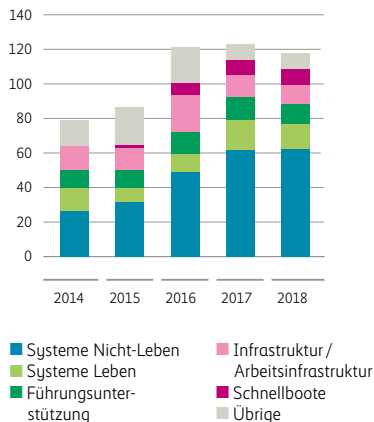
Individualisierte Servicequalität

Unsere 79 Generalagenturen werden durch selbstständige Unternehmer geführt. Sie stellen an rund 160 Standorten in der Schweiz die kundennahe, rasche und qualitativ hochstehende Betreuung sicher. Wir sind die einzige Anbieterin mit einer flächendeckenden lokalen Schadenerledigungsstruktur und den entsprechenden Kompetenzen. Über 90 % der Schäden erledigen die Generalagenturen unbürokratisch und rasch vor Ort. Komplexe Grossschäden und Leistungsfälle in der Lebensversicherung bearbeiten wir an den Direktionsstandorten. Die Mobiliar verfügt über besonderes Know-how in der Schadenregulierung, was in ausgeprägtem Mass auf die hohe Kompetenz der Mitarbeitenden und die hohe Qualität der Prozesse zurückzuführen ist. Wir sind deshalb in der Schweiz tonangebend in der Schadenabwicklung, einerseits für das eigene Unternehmen, andererseits aber auch für ausgewählte Dritte.

Ziele und Massnahmen

Wir wollen weiterhin stärker als der Gesamtmarkt wachsen und unsere führende Stellung in der Haushalt-, Betriebs- und Mietkautionsversicherung, im Risikolebengeschäft für Private sowie in der Rückversicherung von Vorsorgeeinrichtungen nachhaltig sichern. Um diese Ziele zu erreichen, führten wir die Wachstumsinitiativen im Berichtsjahr systematisch weiter. Um den Mehraufwand als Folge des Wachstums in der Kundenbetreuung und im Schadendienst zu meistern, haben wir die Generalagenturen in den letzten vier Jahren kontinuierlich personell verstärkt.

Investitionsanteile und Entwicklung der Investitionen
in CHF Mio.



inkl. Personalkosten, Kosten für externe Leistungen sowie für immaterielle und Sachanlagen. 2018 basierend auf Planung.

Um dem wachsenden Bedürfnis nach Versicherungsschutz gegen Cyber-Risiken Rechnung zu tragen, bieten wir unseren Privat- und Geschäftskunden seit 2017 mit der neuen Zusatzversicherung «Cyber-Schutz» ein umfassendes Leistungspaket an. Im Motorfahrzeug-Bereich entwickelten wir im Zuge der fortschreitenden Digitalisierung neue Produkte, um den Expertenprozess noch effizienter und kundenfreundlicher abzuwickeln. Aus dem grossen Kundenbestand im Nicht-Lebengeschäft wollen wir mit verstärktem Cross-Selling bei den Einzel-Lebensversicherungen im Breitengeschäft Wachstum erzielen. Wir haben deshalb unsere Produktpalette gezielt ausgebaut und im November mit der wandelbaren Sparversicherung und dem Auszahlungsplan zwei neue innovative Produkte lanciert.

Seit Jahren investieren wir in einem beträchtlichen Umfang in Projekte. Im Berichtsjahr erreichten die Investitionen über alle Bereiche des Unternehmens ein Volumen von CHF 123 Mio. Im Berichtsjahr lag der Schwerpunkt der Investitionen beim Anschlag einer umfassenden Erneuerung der IT-Systeme. So konnten wir beispielsweise mit der Einführung des Mobiliar Claims System (MCS) ein Generationenprojekt erfolgreich abschliessen und die Schadenbearbeitung in den Branchen Sach, Haft und Mobilität in eine neue Ära führen. Zudem setzten wir 2017 auch beträchtliche Mittel für die Digitalisierung von Kundenprozessen ein.

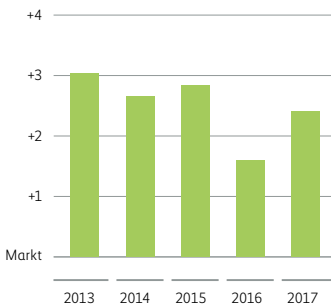
Nicht-Leben

Die Mobiliar konnte ihre gute Position im Markt weiter ausbauen und ein hohes und erneut deutlich über dem Markt liegendes Wachstum erzielen.

Dank unserer marktfähigen Produkte und der starken Vertriebsorganisation haben wir unsere starke Position im Markt weiter ausgebaut. Um unsere

Wettbewerbsfähigkeit auch künftig zu sichern, arbeiten wir laufend an Prozess- und Produktverbesserungen. 2017 erzielten wir ein im Vergleich zum Vorjahr (3.1 %) deutlich höheres Wachstum von 4.8 %. Dieses resultierte zu einem Drittel aus den erstmals für ein ganzes Jahr konsolidierten Prämien der im Herbst 2016 übernommenen SC, SwissCaution SA. Aber auch ohne Berücksichtigung dieser Akquisition erreichten wir mit 3.3 % ein über dem Vorjahr und erneut auch deutlich über dem durchschnittlichen Marktwachstum (0.9 %) liegendes Wachstum.

Wachstum relativ zum Markt
Nicht-Lebengeschäft
(Differenz in Prozentpunkten)



Markt (Basis: Prämienreporting SVV)

Im Segment Privatpersonen fiel das Wachstum höher aus als im Vorjahr. Hohe Zuwachsraten erzielten wir bei den Haushalt- und Motorfahrzeugversicherungen. Die Rechtsschutz- und Mietkautionsversicherungen setzten ihren Wach-

tumskurs ungebrochen fort. Im Geschäft mit Unternehmenskunden leisteten die Personenversicherungen den grössten Anteil zum Prämienwachstum. Der Geschäftsverlauf bei den Betriebsversicherungen für KMU fiel leicht höher aus. Mit mittleren und grösseren Unternehmen resultierte wie erwartet ein im Vorjahresvergleich tieferes Prämienvolumen.

Innovationen und Prozessoptimierungen

Wir entwickeln unsere Produkte auf Basis von Statistiken, Marktvergleichen und unter Einbezug von Kundenbedürfnissen laufend weiter. Wir arbeiten kontinuierlich an der Entwicklung nächster Produktgenerationen unter Einbezug zukunftsweisender, digitaler Technologien. So entwickeln und prüfen wir beispielsweise neue Versicherungslösungen im Umfeld von Insurtech. Auch im Underwriting-Prozess setzen wir uns mit der digitalen Welt auseinander. Zurzeit prüfen wir, wie durch künstliche Intelligenz im Zusammenspiel mit menschlicher Interaktion in einem sogenannten «Cognitive Expert Advisor» die Prozesse effizienter gestaltet, die Entscheidungsqualität gesteigert und das Fachwissen aktiver gemanagt werden können.

Gründe für den Erfolg

Die genossenschaftlich verankerte Mobiliar verkörpert seit jeher Vertrauen, Verlässlichkeit, Beständigkeit und lokale Präsenz. Diese Attribute bilden die Grundlage für unsere anhaltend gute Prämienentwicklung und unsere ausgezeichnete Marktpositionierung. Kundennähe und hohe Kompetenzen im Abschluss und Schadenfall zeichnen unsere 79 Generalagenturen aus. Sie sorgen an insgesamt mehr als 160 Standorten mit ihren gut ausgebildeten und motivierten Mitarbeitenden für eine umfassende und persönliche Kundenbetreuung. Unsere Produkte weisen ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis auf und entsprechen den Kundenerwartungen.

Schadenverlauf

Die Schadenbelastung lag in etwa im Durchschnitt der letzten zehn Jahre, fiel aber im Vergleich zum Vorjahr höher aus. Das Verhältnis von Schadenaufwand zu Prämien belief sich auf 63.2 % (Vorjahr 61.7 %). Aufgrund einzelner grösserer Ereignisse verzeichneten wir insbesondere im dritten Quartal eine überdurchschnittliche Elementarschadenbelastung. Ebenfalls negativ auf den Schadenverlauf wirkten sich mehrere grössere – hauptsächlich durch Feuer bedingte – Schadenfälle aus.

Leben

Das Prämienvolumen stieg im Vorjahresvergleich insgesamt leicht an. In der privaten Vorsorge setzten wir das signifikante Wachstum im Spargeschäft mit periodischen Prämien weiter fort.

Die Zinssätze in der Schweiz liegen nach wie vor auf historischen Tiefständen. In diesem Umfeld bleiben die Herausforderungen für Lebensversicherer anspruchsvoll.

Private Vorsorge

Strategiekonform erzielten wir im Geschäft mit wiederkehrenden Prämien erneut ein über dem Markt liegendes Wachstum. Unseren Marktanteil im Sparversicherungsgeschäft konnten wir mit einem Anstieg der periodischen Prämien von 8.3 % weiter ausbauen. Im Bereich der Risiko-Lebensversicherungen entwickelten wir ein attraktives Angebot für Todesfalldeckungen. Damit konnten wir unsere führende Stellung mit einem Marktanteil von über 24 % sichern.

Berufliche Vorsorge

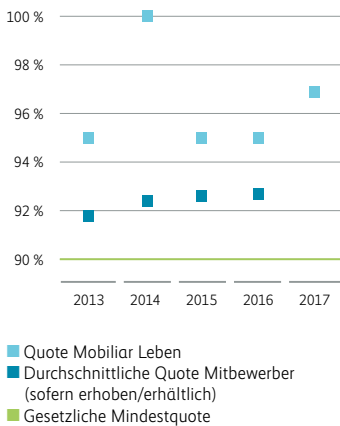
In der beruflichen Vorsorge konnten wir unsere starke Position im Risiko-Rückversicherungsgeschäft von Vorsorgeeinrichtungen in einem stark umkämpften Markt halten. Insgesamt resultierte ein leicht höheres Prämienvolumen. Während das Volumen der Jahresprämien wie erwartet tiefer ausfiel, stieg das Geschäft mit Einmalprämien hauptsächlich aufgrund von Übernahmen von Portefeuilles von Invalidenrenten an.

Innovationen

Seit Anfang 2017 stellen wir unseren KMU-Kunden mit der «Gemeinschaftskasse BVG Mobiliar» eine neue, transparente Vorsorgelösung zur Verfügung. In der privaten Vorsorge lancierten wir am 1. November mit der wandelbaren Sparversicherung und dem Auszahlungsplan zwei neue Sparprodukte. Die wandelbare Sparversicherung hatte einen Erfolg

versprechenden Start und ersetzt per 1. Januar 2018 alle bisherigen Angebote an Sparversicherungen mit periodischen Prämien. Während die wandelbare Sparversicherung dazu dient, künftige Lebenssituationen abzusichern, bieten wir unseren Kunden mit dem Auszahlungsplan die Möglichkeit eines systematischen Vermögensverzehr über einen bestimmten Zeitraum.

Überschussbeteiligung im der Legal Quote unterstellten Kollektivgeschäft



Gründe für den Erfolg

Unsere Angebotspalette für Privatpersonen überzeugt mit leicht verständlichen Produkten. Die Mobiliar verfügt über eine sehr gute Reputation und ist dank der dezentralen Organisation stark im Markt verankert. In der Rückversicherung von Vorsorgeeinrichtungen weisen wir seit Jahren eine im Vergleich zur gesetzlich vorgeschriebenen Mindestquote überdurchschnittlich hohe Legal Quote im Kollektivgeschäft aus.

Überschüsse für die Kunden

Das technische Ergebnis beinhaltet bereits Überschussbeteiligungen für die Versicherten in Höhe von CHF 35.4 Mio. Im der Legal Quote unterstellten Kollektivgeschäft gaben wir 97 % der Erträge in Form von Renten, Kapitalleistungen, Überschusszuweisungen und Rückstellungen an die Vorsorgeeinrichtungen weiter.

Leistungen

Die Aufwendungen für Todesfälle stiegen sowohl im Privatpersonen- als auch im Kollektivgeschäft an. Während die Leistungen für Invalidität in der privaten Vorsorge – insbesondere aufgrund höherer Reaktivierungen invalider Personen – deutlich zurückgingen, verharrten die Aufwendungen in der beruflichen Vorsorge auf dem Vorjahresniveau. Insgesamt fiel der Schadenaufwand im Vergleich zum Vorjahr tiefer aus.

«Die Mobiliar ist ihren Grund- sätzen immer treu geblieben – genau wie ich.»

1 Daniele Bernardazzi

Familie war mir immer schon sehr wichtig. Meine Frau und ich haben unseren Kindern unsere Wertvorstellungen mit auf den Weg gegeben. Ich habe mich auch deshalb für die Mobiliar entschieden, weil sie auch in Zeiten des Wandels ihren Grundsätzen treu geblieben ist. Sie hat an ihrer genossenschaftlichen Tradition festgehalten und sich für die Gesellschaft engagiert. Schon als junger Versicherungs- und Vorsorgeberater bei der Mobiliar in Bellinzona war es mir ein Anliegen, ehrliche und faire Beziehungen zu meinen Kundinnen und Kunden aufzubauen. Ich wollte eine Vertrauensperson für sie sein – das haben sie sehr geschätzt. Der Mobiliar bin ich bis zu meiner Pensionierung als Generalagent in Bellinzona treu geblieben. Nun ist es mein ältester Sohn, der meine Nachfolge angetreten hat und sich seither um die Kunden kümmert. So können meine Frau und ich beruhigt unsere lang ersehnte Weltreise antreten.

Generalagent im Ruhestand

Das Porträt zu Beginn seiner Mobiliar Karriere findet sich auf der hinteren Umschlagklappe.



«Ich kannte mich mit Autos aus und war im Kundenkontakt geübt.»

2 Nathalie Werthmüller

Meeresbiologin wollte ich mal werden. Automechanikerin wurde ich schliesslich, blieb es aber nicht. Als die Autogarage schloss, war es Zeit für eine Veränderung. Mit einer Ausbildung zur Confiseurin machte ich mein Hobby – das Backen – zum Beruf. Es gefiel mir sehr, doch leider sind reine Confiseur-Stellen rar. Also arbeitete ich in einem Restaurant, bis mich eine ehemalige Schulkollegin abwarb. Die Arbeit bei Mobi24 war perfekt auf mich zugeschnitten: Ich kannte mich mit Autos aus und war im Kundenkontakt geübt. Bei Autopannen stellte ich erste Diagnosen, organisierte und verhandelte mit Pannenhelfern und erklärte Kunden Rechnungen von Garagisten. Durch Weiterbildungen öffneten sich mir neue Türen, ich führte später verschiedene Teams. Ich war angekommen und schätzte meinen abwechslungsreichen Alltag und die Nähe zu den Menschen sehr. Meine Faszination für die Unterwasserwelt habe ich aber nie verloren und seit meiner Pensionierung bin ich viel unterwegs. Als leidenschaftliche Taucherin bereise ich nun die Meere der Welt.

Taucherin

Das Porträt zu Beginn ihrer Mobiliar Karriere findet sich auf der hinteren Umschlagklappe.



«Ein interner Firmenwettbewerb war mein Sprungbrett.»

3 Varshan Balasunderam

Alles begann mit meinem Berufseinstieg als Informatiker bei der Mobiliar. Die Challenge Days, ein interner Firmenwettbewerb, der das Entwickeln innovativer IT-Produkte zum Ziel hat, waren mein Sprungbrett. Ich optimierte ein bestehendes Programm, welches den Wert des Haushalts und die Schadenssumme mittels Virtual Reality Brille erfasst und berechnet. Zur Belohnung durfte ich einen mehrmonatigen Arbeitseinsatz im Silicon Valley absolvieren. Vor Ort warb mich eine grosse IT-Firma ab. Mein Lebensmittelpunkt verschob sich nach Palo Alto und ich wurde Teil der Techie- und Start-up-Szene. Mit Arbeitskollegen gründete ich ein eigenes Unternehmen. Unser Ziel: Virtual Reality in der Assekuranz voranzutreiben. Vor einigen Jahren machte mir die Mobiliar ein Angebot, das ich nicht ausschlagen konnte. Also verkaufte ich ihr meine Firma und machte mich auf, die Welt zu entdecken. Aktuell fröne ich meiner dritten Leidenschaft, dem Schreiben. Mein erstes Buch, ein Fantasy-Roman, erscheint in Kürze.

Schriftsteller

Das Porträt zu Beginn seiner Mobiliar Karriere findet sich auf der hinteren Umschlagklappe.



«Damals steckte die Assekuranz noch in den digitalen Kinder- schuhen.»

4 Gudrun Ziermann

Bereits Mitte der 90er-Jahre war ich für eCommerce und Online-Marketing verantwortlich. Da haben viele das Internet noch als ein Übel betrachtet, das vorübergeht. Als ich dann den Sprung in die Assekuranz wagte, steckte diese noch in den digitalen Kinderschuhen. Bei der Mobiliar spürte ich sofort die Motivation, die Digitalisierung mit aller Kraft voranzutreiben. Konstruktiv und miteinander – das hat mich sehr beeindruckt. In meiner Freizeit führte mich meine Leidenschaft für fremde Sprachen und Kulturen mit dem Rucksack durch Asien und Afrika und mit meinem Expeditionsmobil quer durch Amerika. Diese Begeisterung für Unbekanntes wollte ich auch auf den Beruf übertragen. Ich vernetzte mich mit Kollegen aus anderen Branchen und Kulturkreisen. So entstanden ein wertvoller Austausch und viele Projekte, dank denen wir die digitalen Kontaktpunkte ausbauen und das Kundenerlebnis optimieren konnten. Zwei Jahre vor meiner Pensionierung konnte ich meine Stelle mit meiner Nachfolgerin teilen, um mehr Zeit für mich zu haben. Ob auf Klettertouren im Sommer oder beim Skifahren in den Schweizer Bergen – heute genieße ich das Offline-Sein in der Natur.

Weltenbummlerin

Das Porträt zu Beginn ihrer Mobiliar Karriere findet sich auf der hinteren Umschlagklappe.



«You can't stop the waves, but you can learn to surf.»

5 Dan Otz

Ich bin selbstständiger Berater für komplexe Haftpflicht- und Rechtsfälle und arbeite an den unterschiedlichsten Orten. Am liebsten in Honolulu. Wenn mir danach ist, stehe ich auf dem Surfbrett auf der Suche nach der perfekten Welle. Reisen ist heute einfacher denn je. Das Intelligent Traffic Net findet für mich stets den besten Weg. Mein vielfältiger Spezialisten-Job hat mich immer begeistert. Als Macher scheute ich kein Hindernis, um für die Kunden die passende Lösung zu finden. Im Schadenfall ist das oberste Pflicht. Werte sind wichtig, Werte muss man leben, nicht nur darüber reden. Darum hat es mir bei der Mobiliar so gut gefallen. Das Unternehmen hat sich fortwährend gewandelt, deshalb ist es so erfolgreich. Trotz all der Veränderungen ist die Mobiliar ihren Werten treu geblieben. Genau wie ich. Wellen kann man nicht aufhalten, aber das Beste daraus machen: Surfen. Der Wind frischt auf, ich muss los.

Surfer

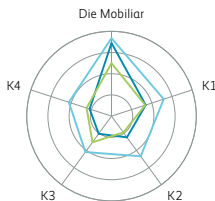
Das Porträt zu Beginn seiner Mobiliar Karriere findet sich auf der hinteren Umschlagklappe.



Markenführung

Die Mobiliar ist die persönlichste Versicherung der Schweiz. Im Markt wird die Mobiliar als vertrauenswürdige und sympathische Marke wahrgenommen.

Reputation im Vergleich mit Konkurrenten
GfK Business Reflector 2017
(K1 – K4: Konkurrenten)



- Rationale Wertschätzung
- Nachhaltigkeit
- Emotionale Wertschätzung

Für die Assekuranz wurden pro Unternehmen mindestens 400 Personen befragt.

Nach der Überarbeitung unserer Dachmarke 2016 haben wir die Marke in einem mehrstufigen Prozess weiter geschärft. Mittels Kundenbefragungen und Marktforschungsstudien erarbeiteten wir das für die Mobiliar typische Markenversprechen «menschlich», «nah» und «verantwortungsvoll». Dieses setzen wir als zentrales Instrument zur strategischen Markenführung, zur Gestaltung von Kontaktpunkten und zur Kommunikationssteuerung ein.

Unternehmensreputation

Die Reputation ist ein Schlüsselfaktor für den Erfolg einer Marke. Das Marktforschungsinstitut GfK untersuchte 2017 wiederum die Reputation von 90 Schweizer Unternehmen aus 13 Branchen. Mit dem 20. Gesamtrang erreichte die Mobiliar erneut die beste Platzierung unter den Sach-

und Lebensversicherern. Bei der rationalen und emotionalen Wertschätzung sowie im Bereich Nachhaltigkeit belegten wir wie im Vorjahr den ersten Platz. Dank der glaubhaften Umsetzung und wirkungsvollen Kommunikation unseres Markenversprechens konnten wir unsere Position als vertrauenswürdigste Versicherungsmarke in der Schweiz weiter stärken. Kundennähe, dezentrale Organisation, unkomplizierte Schadenerledigung sowie genossenschaftliche Verankerung sind Leistungen und Werte, die für die Mobiliar von zentraler Bedeutung sind und unsere Kunden erneut überzeugten.

Die persönlichste Versicherung der Schweiz

Ob offline oder online: Der persönliche und direkte Kontakt zu unseren Kunden ist für uns von zentraler Bedeutung. Die herkömmlichen Zugangskanäle kombinieren wir mit digitalen Services, die wir kontinuierlich weiterentwickeln. 2017 führten wir verschiedene neue elektronische Services ein. So haben wir das Kundenportal visuell komplett überarbeitet und durch neue Dienstleistungen sowie diverse Ratgeber erweitert. Die Mobiliar App wurde sukzessive weiterentwickelt. Unseren Versicherungsberatern steht eine Online-Lösung für den Versand von Offerten zur Verfügung. Die Kunden können diese auf jedem Endgerät ansehen und die Versicherung direkt abschliessen. Für die Rechtsschutzversicherung lancierten wir den Prämienrechner in einem neuen, benutzerfreundlichen Design. Zudem optimierten wir die Online-Schadenmeldung. Die elektronisch gemeldeten Schäden werden direkt im Schadensystem der zuständigen Generalagentur geführt. Dies hat den grossen Vorteil, dass der Kunde automatisch seinem persönlichen Berater zugeteilt wird und somit weiss, wer sein direkter Ansprechpartner für den gemeldeten Schadenfall ist.

Werbekampagnen

2017 erweiterten wir unsere erfolgreiche Werbespotreihe «Liebe Mobiliar...» um die zwei neuen Spots «Insektenjagd» und «Handwerker». Weiterhin grosser Beliebtheit erfreuen sich die 1998 lancierten Schadenskizzen. Mit einer neuen nationalen Werbekampagne für die private Vorsorge erreichten wir ebenfalls eine hohe Werbeerinnerung. Schliesslich lancierten wir im Herbst humorvolle YouTube-Clips zur Ansprache unserer jugendlichen Zielgruppe.

Sponsoring-Strategie

Mit unseren nationalen und überregionalen Engagements machen wir die Marke Mobiliar erlebbar. Dabei fokussieren wir uns auf Partnerschaften, die das gute Image der Mobiliar stärken. 2017 legten wir die Grundsteine für unsere Strategie für die kommenden Jahre. Unser Engagement für den Hallsport führen wir auch künftig fort. Zudem schufen wir die neue Kundenbindungsplattform «Hospitality Circle». Dank der engen Zusammenarbeit mit unseren Generalagenturen können wir die Wirkung unserer zahlreichen lokalen und regionalen Engagements erheblich verstärken.

Die Mobiliar – engagiert, heute und in Zukunft

Die Wahrnehmung von Verantwortung gegenüber unseren Kundinnen und Kunden, Mitarbeitenden und der Allgemeinheit ist seit jeher fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur.



[mobiliar.ch/
download](https://mobiliar.ch/download)

GRI-Index

Die grossen Themen unserer Zeit wie die Energieressourcen, die Folgen der Digitalisierung, die Veränderungen unserer Arbeits- und Lebenswelten oder der demografische Wandel in unserer Gesellschaft fordern uns heraus. Damit verbunden sind auch steigende Erwartungen an Unternehmen bezüglich ihrer ökonomischen, sozialen, kulturellen und ökologischen Verantwortung. Nur wer sich weiterentwickelt und regelmässig transformiert, wird zukunftsfähig bleiben. Wir sind überzeugt, dass Investitionen in diese Themen – in die Forschung, in die Innovationsfähigkeit, ins Bildungswesen oder in die kreative Intelligenz jedes Einzelnen – notwendig und sinnvoll sind.

Dank der finanziellen Stärke der Mobiliar können wir im Rahmen unserer unternehmerischen und gesellschaftlichen Verantwortung eigene Wege gehen und verschiedenste Formen des Engagements im Sinne unserer genossenschaftlichen Überzeugung lancieren. Dafür haben wir vier Beschäftigungsfelder definiert. In der Naturgefahrenprävention unterstützen wir die Universität Bern bei der Klimafolgenforschung und beteiligen uns an der Finanzierung von Hochwasserschutzprojekten in der ganzen Schweiz. Damit hilft die Mobiliar ganz konkret, Eigentum und Existenzen zu sichern. Im Kunst- und Kulturbereich regen wir neue Dialoge zwischen Kunst und Gesellschaft an. So fördert die Mobiliar schweizweit kulturelle und soziale Projekte und schafft in enger Zusammenarbeit mit Künstlern Übungs- und Lernfelder für kreatives Querdenken. Im Sektor Wirtschaft und Arbeit finanzieren wir im Mobiliar Forum Thun eine Ideenwerkstatt zur Förderung der Innovationskraft von KMU und initiieren in Kooperation mit unseren Generalagenturen schweizweit nachhaltige Projekte in den Bereichen Kultur, Soziales und Ökologie. Zudem unterstützt die Mobiliar im Themenbereich Wohnen und Zusammenleben Forschungseinrichtungen an der ETH Zürich und an der EPFL Lausanne.

Das Engagement der Mobiliar wird in folgenden Themen dargestellt:



■ Kunden, Versicherungsprodukte und Dienstleistungen

- Leitbild und Verhaltenskodex
- Versicherungslösungen mit Mehrwerten
- Anreize für den Schutz von Ressourcen und zur Schadenvermeidung
- Kundenzufriedenheit
- Das Angebot für Junge bis 26 Jahre

■ Mitarbeitende und Arbeitswelt

- Mitarbeiterzufriedenheit
- Kunst im Unternehmen
- Entwicklung, Aus- und Weiterbildung
- Diversität
- Moderne und soziale Arbeitgeberin
- Berufliche Altersvorsorge

■ Asset Management

- Anlagephilosophie
- Immobilienanlagen und ressourcenbewusstes Bauen

■ Umweltmanagement

- Beschaffungsmanagement
- Umweltbewusst im Versicherungsbetrieb

■ Naturgefahrenprävention

- Präventionsprojekte
- Mobiliar Lab für Naturrisiken an der Universität Bern

■ Kunst und Kultur

- Unsere Ausstellungen
- Unser Förderpreis – «Prix Mobilière»
- Jubiläumsstiftung
- Vergabungen

■ Wirtschaft und Arbeit

- Innovationscampus Mobiliar Forum Thun
- Generalagenturen fördern nachhaltige Projekte in ihrer Region

■ Wohnen und Zusammenleben

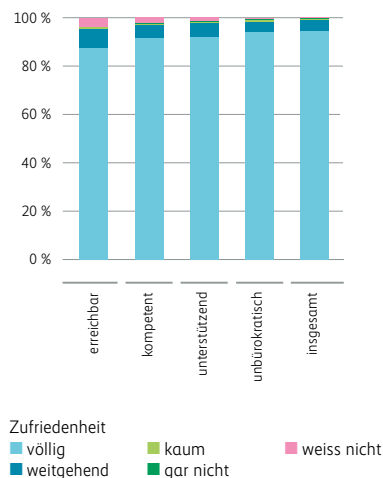
- La Chaire Mobilière an der EPFL Lausanne
- Mobiliar Lab für Analytik an der ETH Zürich

Kunden, Versicherungsprodukte und Dienstleistungen

Unsere gelebte Kundennähe und die hohe Servicequalität im Schadenfall bilden die Basis für die hohe Zufriedenheit unserer Kundinnen und Kunden.

Servicequalität der Mobiliar im Schadenfall

Studie der Mobiliar, 150 000 Privatkunden



Unser Selbstverständnis als Unternehmen ist geprägt von den im Leitbild verankerten Werten «menschlich», «verantwortungsvoll» und «entschlossen». Diese prägen den Umgang mit unseren Kunden, Leistungspartnern, Mitarbeitenden und weiteren Anspruchsgruppen.

Versicherungslösungen mit Mehrwerten

Der Grundgedanke unseres Geschäftsmodells besteht darin, die ökonomischen, sozialen und ökologischen Folgen von Schadenereignissen zu mindern – zum Schutz unserer Versicherungsnehmer und zugunsten der Allgemeinheit. Über die Gestaltung unserer Produkte schaffen wir Anreize für einen bewussten und verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen. So bieten wir beispielsweise Prämienrabatte auf ökologische Fahrzeuge. Im Zentrum unseres Handelns stehen die Zufriedenheit und das Vertrauen unserer

Kunden. Wir sind da, wenn es darauf ankommt – persönlich vor Ort und digital. In 79 Unternehmer-Generalagenturen sind Mitarbeitende im Schadenfall, in der Beratung und im Support für unsere Versicherten da – und dies an über 160 Standorten, verteilt auf alle Regionen der Schweiz.

Mitarbeitende und Arbeitswelt

Die digitale, mobile und flexible Arbeitswelt fordert neue Herangehensweisen an die Gestaltung der Arbeitsumgebung und in der Entwicklung der Mitarbeitenden.



[mobiliar.ch/
karriere](https://mobiliar.ch/karriere)

Engagierte Mitarbeitende sind unser Schlüssel zum Erfolg. Sie widmen sich mit hoher Kompetenz und grossem Engagement den Anliegen unserer Kunden. Mit dem Programm `work@mobiliar` setzt sich die Mobiliar mit der sich verändernden Arbeitswelt auseinander und entwickelt ihre Unternehmenskultur kontinuierlich weiter. Wesentlich ist die Entwicklung einer – sowohl physisch als auch digital – hochwertigen Arbeitswelt, die den Mitarbeitenden flexibles, ortsunabhängiges und eigenverantwortliches Arbeiten ermöglicht.

Die Mobiliar als Arbeitgeberin

Wir betreiben eine zukunftsorientierte und nachhaltige Personalpolitik und beteiligen unsere Mitarbeitenden am Erfolg. Die Mobiliar beschäftigt Mitarbeitende aus 34 Nationen und setzt sich für Diversität im Unternehmen ein. Im Rahmen des Möglichen unterstützen wir flexible und familienorientierte Arbeitszeitmodelle. Für die Kinderbetreuung bieten wir unseren Mitarbeitenden insgesamt 52 Plätze in einer eigenen Kita in Bern und einer Partner-Kita in Nyon an. Mit unserer 2016 lancierten Employer Branding Kampagne vermitteln wir einen Einblick in die Tätigkeiten unserer Beschäftigten und zeigen die Vorteile auf, die das Arbeiten bei der Mobiliar mit sich bringt.

Um auch in Zukunft erfolgreich zu bleiben, fördern und fordern wir eine lebenslange Entwicklung unserer Mitarbeitenden. Mit gezielten Fortbildungsangeboten zu Fach-, Methoden-, Sozial- und Selbstkompetenzen ermöglichen wir unseren Mitarbeitenden, ihre Fähigkeiten bedarfsgerecht weiterzuentwickeln. 2017 bildeten unsere Generalagenturen und Direktionsstandorte zudem 342 Lernende im kaufmännischen Bereich, als Informatiker, Mediamatiker, Fachperson Betreuung und Versicherungsassistent/in VBV aus.

Kunst und Kultur

Kunst und Kultur sind wertvolle Impulsgeber. Die Innovationskraft der Kunst ist ein wesentlicher Bestandteil jedes Zukunftsprozesses.



mobiliar.ch/kunst
[mobiliar.ch/
jubilaeumsstiftung](http://mobiliar.ch/jubilaeumsstiftung)

Die Mobiliar bindet wenn immer möglich Kunst- und Kulturschaffende aktiv in ihre verschiedenen Arbeitsprozesse und Projekte ein. Ihre Expertisen und Beiträge helfen uns, nachhaltig und verantwortungsbewusst «fit für die Zukunft» zu bleiben. Einen zentralen Bestandteil unseres Gesellschaftsengagements bilden unsere Ausstellungen. Mittlerweile hat sich die Mobiliar zu einem anerkannten Hotspot für Kunst entwickelt.

Unser Förderpreis – «Prix Mobilière»

Unser Preis für junge Kunst ist der älteste Förderpreis einer Schweizer Versicherung. Der 1996 in Nyon ins Leben gerufene, mit 15 000 Franken dotierte «Prix Mobilière» geniesst in der Kunstszene ein hohes Ansehen. In erster Linie zeichnen wir Kunstschaaffende aus, die durch ihre Arbeit Anschlüsse an gesellschaftsrelevante Themen aufzeigen und damit auch entscheidende Impulse für das Verständnis unserer Zeit geben.

Jubiläumsstiftung

Die 1976 gegründete Jubiläumsstiftung unterstützt Projekte aus der Forschung, künstlerische Projekte aus den Bereichen bildende Kunst, darstellende Kunst, Film, Musik und Konzerte sowie Vorhaben, die unter die allgemeine Kulturpflege fallen wie Sanierungen oder Renovierungen historischer Gebäude. 2017 wählte der Stiftungsrat aus rund 550 Gesuchen 48 aus und unterstützte diese mit insgesamt CHF 707 740.

Vergabungen

Der Vergabungsfonds besteht seit Anfang der 1970er-Jahre und wird jährlich aus dem Unternehmensgewinn der Mobiliar geäufnet. Die Genossenschaft unterstützt über diesen soziale, kulturelle, gemeinnützige, wirtschaftliche und bildungsfördernde Projekte in der ganzen Schweiz mit jährlich CHF 1.5 Mio.

Wirtschaft und Arbeit

Seit vier Jahren fördert die Mobiliar mit kreativen Workshops die Innovationskompetenz von KMU in der Schweiz.



mobiliar.ch/mft

Die Digitalisierung, das Marktumfeld und eine Vielzahl zu erfüllender Individualbedürfnisse fordern die kleinen und mittleren Schweizer Unternehmen kontinuierlich heraus. Die Schweizerische Mobiliar Genossenschaft ermöglicht im Rahmen ihres Gesellschaftsengagements einzigartige Innovations-Workshops für KMU im Mobiliar Forum Thun, in denen unter fachkundiger Moderation Methodenkompetenz für eine nachhaltige Innovationsentwicklung vermittelt wird. Bei den inzwischen bereits 87 durchgeführten Workshops hat es sich gezeigt, dass diese nebst neuen Ideen, innovativen Dienstleistungs- oder Geschäftsmodellen oder Produkt-Prototypen auch den Auftakt zu einer neuen, fruchtbaren Kooperations- und Innovationskultur bilden können.

Generalagenturen fördern nachhaltige Projekte in ihrer Region

Da unsere 79 Generalagenturen an rund 160 Standorten in der gesamten Schweiz vertreten sind, verfügen wir über die nötige Nähe zu den Menschen und den Unternehmen in allen vier Sprachregionen und können so deren spezifische Bedürfnisse identifizieren und Projekte auf lokale Gegebenheiten ausrichten. Jede Generalagentur kennt ihre Region und damit auch die Anliegen ihrer Kunden und der Allgemeinheit. Die Schweizerische Mobiliar Genossenschaft stellt für die Förderung nachhaltiger regionaler kultureller, sozialer und ökologischer Projekte jährlich einen Betrag von CHF 500 000 zur Verfügung. Wichtige Kriterien bei der Bewertung der Projekte sind unter anderem die Berücksichtigung aller Regionen, der Einbezug verschiedener Generationen sowie ein Mehrwert für die breite Bevölkerung.

Naturgefahrenprävention

Schäden durch Naturgefahren frühzeitig erkennen und verhindern – so lässt sich das Engagement der Mobiliar Genossenschaft in der Naturgefahrenprävention zusammenfassen.



[mobiliar.ch/
praevention](https://mobiliar.ch/praevention)

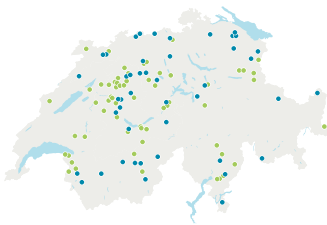
hochwasserrisiko.ch

Die zahlreichen Präventionsprojekte zum Schutz vor Naturgefahren verteilen sich über verschiedene Regionen der Schweiz. Im Berichtsjahr unterstützten wir 17 neue Projekte zum Schutz vor Hochwasser und Felssturz. Im April konnten wir im bernischen Toffen das 100. Präventionsprojekt feiern. Bis heute investierte die Mobiliar über CHF 34 Mio. in die Naturgefahrenprävention.

Schäden im Ereignisfall möglichst zu verhindern, ist das eine. Zu verstehen, wann, wo und wie Schäden durch Naturgefahren überhaupt entstehen können, das andere. Diese Fragen stehen im Zentrum des Forschungsengagements

der Mobiliar an der Universität Bern. Damit fördern wir den Gewinn neuer Erkenntnisse zum Auftreten von Extremereignissen im Zusammenhang mit dem Klimawandel und schaffen eine Brücke zwischen Forschung und praktischer Umsetzung. Ein Beispiel dafür ist der «Schadensimulator», ein neues Projekt des Mobiliar Lab für Naturrisiken an der Universität Bern.

Engagement für Präventionsprojekte



● abgeschlossen (76)

● bewilligt (41)

Wohnen und Zusammenleben

Mit der EPFL Lausanne und der ETH Zürich führen wir Forschungsprojekte zu Themen wie Konsumverhalten im digitalen Zeitalter oder Sicherheit in Städten durch.



partenariats.
epfl.ch

mobilierlab.
ethz.ch

Fast 85 % der Schweizer Bevölkerung leben in Städten und Agglomerationen. Die Gestaltung urbaner Zentren hinsichtlich nachhaltiger Konsum- und Lebensweisen spielt deshalb eine wichtige Rolle für unser Land.

La Chaire Mobilière EPFL

Die Erforschung der Nachhaltigkeit in urbanen Räumen steht im Fokus des Lehrstuhls für Stadtökologie an der Eidgenössischen Technischen Hochschule (EPFL) in Lausanne. Im Zentrum der Analyse stehen Fragen rund um Themen wie Wohnen, Mobilität, Ernährung oder Energie, bei welchen die Verflechtung von sozialen Prozessen und menschlichem Verhalten mit der physischen Umwelt deutlich zutage tritt. Zurzeit ist die Mobiliar als Praxispartnerin in zwei vom Schweizerischen Nationalfonds finanzierte Forschungsprojekte eingebunden – «Tipping points towards healthy diets» und «Shrinking household's environmental footprint».

Mobiliar Lab für Analytik ETH

Themen wie Big Data und Advanced Analytics gewinnen immer mehr an Bedeutung. Das Mobiliar Lab für Analytik an der ETH Zürich kombiniert bei den Analysen herkömmliche und neue Datenquellen wie beispielsweise soziale Netzwerke. Eines der drei Forschungsprojekte – «SME Opportunity» setzt sich mit nationalen Wachstumsprognosen für kleine und mittlere Unternehmen anhand der Nutzung öffentlich verfügbarer Datenquellen auseinander. Das Projekt «Smart Consumer» fokussiert sich darauf, neue Erkenntnisse über das Konsumentenverhalten im digitalen Zeitalter zu gewinnen und anhand der gewonnenen Daten den veränderten Bedarf an Versicherungslösungen zu ermitteln. Das Projekt «Home Safety» befasst sich mit der Verbrechensprävention und -vorhersage.

Daniele Bernardazzi
Die Mobiliar, Generalagentur Bellinzona,
Versicherungs- und Vorsorgeberater

Nathalie Werthmüller
Mobi24 Call-Service-Center AG,
Fachspezialistin Garagennetz CH

Varshan Balasunderam
Die Mobiliar, IT/SAP,
Lernender Informatik

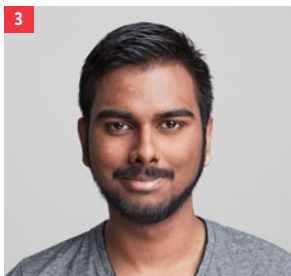
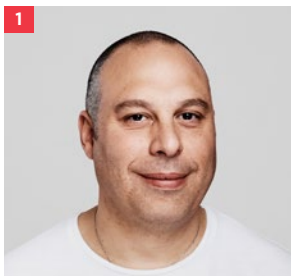
Gudrun Ziermann
Die Mobiliar, Operations,
Leiterin Customer Experience &
digitale Zugänge

Dan Oetz
Die Mobiliar, Versicherungen,
Rechtskonsulent Bau und
allgemeine Haft

Michèle Fasnacht (Titelseite)
Die Mobiliar, Human Development,
Fachspezialistin Recruiting & Sourcing

Ralph Rimet (Titelseite)
Die Mobiliar, Private Vorsorge,
Senior Management Consultant

Rachel Schilirò (Titelseite)
Die Mobiliar, Corporate Social
Responsibility, Leiterin Stakeholder
Relations & Reporting



In unserem Bildteil porträtieren wir Mitarbeitende der Mobiliar. Bei genauer Betrachtung sind Unstimmigkeiten in ihren Gesichtern zu erkennen – denn beim Alter wurde etwas geschummelt. Durch die Arbeit einer professionellen Maskenbildnerin und mit Hilfe von Latex und Perücken wurden die Gesichter der Mitarbeitenden verändert. Durch diese Verwandlung entsteht eine überraschende Gegenüberstellung. Vorausschauende Mitarbeitende treffen auf zurückblickende Pensionäre. Jeder mit seiner eigenen Geschichte, in der die Mobiliar als inspirierende Arbeitgeberin in Erinnerung geblieben ist. Und genau dies ist unser Ziel. Wir wollen als Arbeitgeberin fördern, motivieren und bei der beruflichen Entwicklung unserer Mitarbeitenden Spuren hinterlassen.

