

Gruppe Mobiliar

Gesamtergebnis	46
Nicht-Leben	48
Leben	54
Vermögensanlagen	58
Marke, Werbung, Sponsoring	60
Risk Management	65

Gesamtergebnis

Die Gruppe Mobiliar setzte ihr Wachstum fort und erzielte erneut einen ausgezeichneten Gewinn. Im Nicht-Lebengeschäft verzeichnete das Prämienvolumen einen hohen Anstieg. Das technische Ergebnis fiel aufgrund der insgesamt tieferen Schadenbelastung deutlich höher aus.

Die Konsolidierung für das Geschäftsjahr 2018 erfolgte unverändert zu den Vorjahren auf Stufe der Schweizerischen Mobiliar Holding AG. Die Holding ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der Schweizerischen Mobiliar Genossenschaft. Dieser Bericht bezieht sich auf die Kennzahlen auf Seite 2 des Geschäftsberichts sowie auf die Konzernrechnung auf den Seiten 145 bis 175.

Jahresergebnis

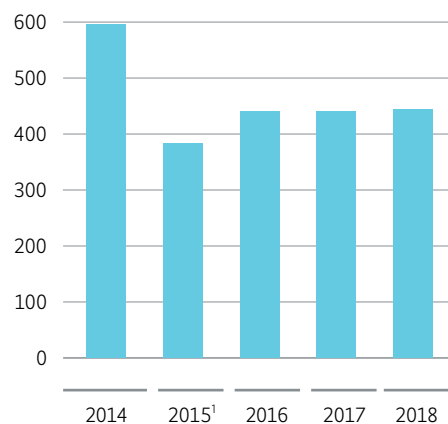
Die Mobiliar weist für das Geschäftsjahr 2018 einen konsolidierten Gewinn von CHF 443.5 Mio. (Vorjahr CHF 440.5 Mio.) aus. Das Nicht-Lebengeschäft leistete dabei einen Beitrag von CHF 406.9 Mio. (Vorjahr CHF 406.2 Mio.) und das Lebengeschäft von CHF 36.6 Mio. (Vorjahr CHF 34.3 Mio.) zum Gesamtergebnis.

Eigenkapital und Bilanz

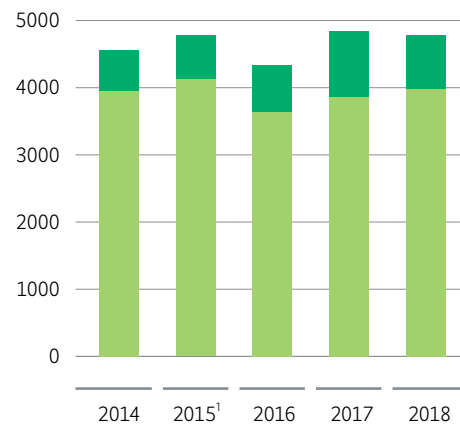
Das konsolidierte Eigenkapital reduzierte sich um 1.1% von CHF 4.835 Mia. auf CHF 4.780 Mia. Zum leichten Rückgang führten neben der Gewinnverwendung die als Folge der Entwicklung an den Aktienmärkten im Vorjahresvergleich tieferen Neubewertungsreserven und die Verrechnung des Goodwills im Zusammenhang mit getätigten Akquisitionen. Der im Berichtsjahr erzielte Gewinn vermochte diese Positionen nicht vollumfänglich auszugleichen.

Die Eigenkapitalrendite belief sich auf 9.2% (Vorjahr 9.6%). Bei sämtlichen Versicherungsgesellschaften der Gruppe liegen die anrechenbaren weit über den geforderten Eigenmitteln. Berechnet mit einem inter-

Konsolidiertes Jahresergebnis
in CHF Mio.



Konsolidiertes Eigenkapital
per 31.12., in CHF Mio.



■ Neubewertungsreserven
■ Eigenkapital ohne Neubewertungsreserven

¹ Beim Wert 2015 wurde ein Restatement aufgrund der Ausübung des Wahlrechts der Goodwillverrechnung mit dem Eigenkapital anstelle der bisherigen Aktivierung und planmässigen Abschreibung vorgenommen.

nen Modell nach SST-Prinzipien (Schweizer Solvenzttest), beträgt der Quotient für die Gruppe 594 %. Die Bilanzsumme erhöhte sich im Vergleich zum 31. Dezember 2017 von CHF 18.896 Mia. auf CHF 18.935 Mia.

95.0 % der Aktiven der Gruppe Mobiliar (Vorjahr 95.2 %) sind in Kapitalanlagen investiert. Ein wesentlicher Teil der eigenen Kapitalanlagen (CHF 17.178 Mia.), nämlich CHF 7.168 Mia. (Vorjahr CHF 7.293 Mia.), ist in festverzinslichen Wertschriften angelegt. Diese sind zu Amortized Cost bewertet. Bestehen begründete Zweifel an der Zinszahlungs- und Rückzahlungsfähigkeit des Schuldners, erfolgt die Bewertung der festverzinslichen Wertschriften zu aktuellen Werten. Die restlichen 5 % der Aktiven beinhalten die immateriellen Anlagen, die Sachanlagen und das Umlaufvermögen. Die versicherungstechnischen Rückstellungen wurden nach bisheriger Praxis vorsichtig bewertet.

Technisches Geschäft Nicht-Leben

Im Vergleich zum Vorjahr erhöhte sich das Bruttoprämienvolumen im Nicht-Lebengeschäft von CHF 2.961 Mia. auf CHF 3.070 Mia. Mit einem Anstieg von 3.7 % fiel das Wachstum auf vergleichbarer Basis gegenüber Vorjahr (3.3 %) höher aus. Damit konnte die Mobiliar das durchschnittliche Marktwachstum von 1.8 % erneut deutlich übertreffen. Das technische Ergebnis stieg um 22.1 % auf CHF 314.8 Mio. an (Vorjahr CHF 257.9 Mio.). Die Schadenbelastung ging im Vergleich zum Vorjahr um 2.5 Prozentpunkte auf 60.7 %

zurück. Der Kostensatz erhöhte sich von 26.3 % auf 27.0 %. Die Combined Ratio für eigene Rechnung lag mit 89.1 % deutlich unter dem Vorjahreswert von 90.8 %.

Finanzgeschäft Nicht-Leben

Die starken Kurseinbrüche an den Aktienmärkten belasteten das finanzielle Ergebnis Nicht-Leben. Dieses fiel mit CHF 140.8 Mio. im Vorjahresvergleich (CHF 186.6 Mio.) deutlich tiefer aus. Der Rückgang resultierte hauptsächlich aufgrund höherer Abschreibungen auf Kapitalanlagen sowie höherer Verluste aus Veräusserungen von Kapitalanlagen.

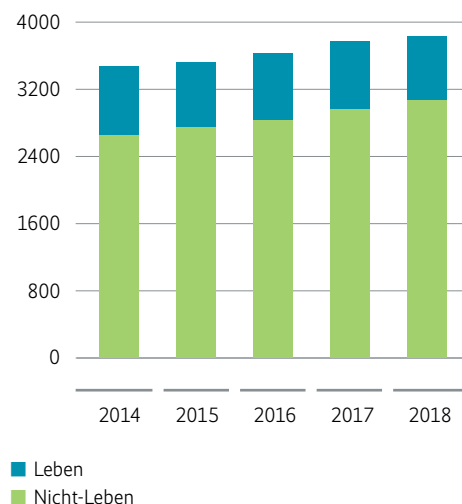
Technisches Geschäft Leben

Die Bruttoprämien im Lebengeschäft beliefen sich auf CHF 760.8 Mio. (Vorjahr CHF 813.3 Mio.). Während in der privaten Vorsorge ein hohes Wachstum erzielt werden konnte, verzeichnete das Prämienvolumen im Kollektivgeschäft eine stark rückläufige Entwicklung, welche zu zwei Dritteln auf den gewollten Rückgang der Einmaleinlagen zurückzuführen sind. Das technische Ergebnis stieg von CHF -112.7 Mio. auf CHF -59.5 Mio. In diesem Betrag enthalten sind CHF 30.4 Mio. für Überschussbeteiligungen zugunsten der Versicherten. Der Kostensatz für eigene Rechnung erhöhte sich von 15.7 % auf 16.8 %.

Finanzgeschäft Leben

Das finanzielle Ergebnis im Lebengeschäft wies einen Erfolg von CHF 100.0 Mio. aus (Vorjahr CHF 150.1 Mio.). Zum tieferen Ergebnis im Vergleich zum Vorjahr führten insbesondere die aufgrund der tieferen Aktienkurse bedingten höheren Abschreibungen auf Kapitalanlagen sowie die höheren Verluste aus Veräusserungen von Kapitalanlagen.

Bruttoprämien
in CHF Mio.



Kennzahlen Nicht-Leben

in CHF Mio.	2018	2017	Veränderung in %
Bruttoprämien	3 070.3	2 961.4	+3.7
Verdiente Prämien für eigene Rechnung	2 891.2	2 795.3	+3.4
Schadenaufwand für eigene Rechnung	-1 756.1	-1 766.9	+0.6
Versicherungstechnische Rückstellungen für eigene Rechnung	5 595.0	5 512.9	+1.5
- Davon Schadenrückstellungen	4 280.3	4 207.9	+1.7
Rückstellungen für künftige Überschussbeteiligungen der Versicherten	462.1	392.0	+17.9
Kapitalanlagen	10 194.0	10 141.1	+0.5
Technisches Ergebnis	314.8	257.9	+22.1
Finanzielles Ergebnis	140.8	186.6	-24.5
Ergebnis nach Steuern	406.9	406.2	+0.2
Schadenbelastung für eigene Rechnung	60.7 %	63.2 %	
Kostensatz für eigene Rechnung	27.0 %	26.3 %	
Satz übrige versicherungstechnische Kosten (inkl. Überschussanteile an Versicherungsnehmer) für eigene Rechnung	1.4 %	1.3 %	
Combined Ratio für eigene Rechnung	89.1 %	90.8 %	

Veränderung einer Erfolgsrechnungszahl in Prozent (%), positive Wirkung auf Ergebnis (+), negative Wirkung auf Ergebnis (-)

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.

Nicht-Leben

Im Berichtsjahr erzielte die Mobiliar erneut ein im Vergleich zum Gesamtmarkt deutlich stärkeres Wachstum. Die Schadenbelastung fiel im Vergleich der letzten zehn Jahre unterdurchschnittlich aus.

Der breit abgestützte Aufschwung der Schweizer Wirtschaft wurde im dritten Quartal 2018 abrupt gebremst. Das Bruttoinlandprodukt (BIP) ging um 0.2 % zurück. Im Zuge der globalen Abschwächung des Wirtschaftswachstums ging der Schweizer Außenhandel zurück. Gleichzeitig stagnierten auch die privaten Konsumausgaben. Insgesamt befindet sich die heimische Konjunktur aber weiterhin in guter Verfassung. 2018 stieg die Beschäftigung und die Zahl der Arbeitslosen ging weiter zurück. Für 2019 gehen die Prognosen von einem anhaltend soliden BIP-Wachstum aus, wenn auch auf tieferem Niveau. Zu dieser Einschätzung tragen insbesondere Risiken für die Weltwirtschaft bei, wie beispielsweise die Handelskonflikte zwischen den USA und anderen wichtigen Wirtschaftsräumen.

Positionierung und Marktanteile

Die Mobiliar nutzte auch im Berichtsjahr ihre Marktchancen und behauptete sich gut im Schweizer Versicherungsmarkt. Mit unseren marktfähigen Produkten und unserer starken Vertriebsorganisation konnten wir unsere Positionierung im anhaltend kompetitiven Versicherungsmarkt weiter ausbauen. Um unsere Wettbewerbsfähigkeit zu sichern und nachhaltig zu stärken, setzen wir unsere Arbeiten für Prozess- und Produktverbesserungen und neue Dienstleistungen kontinuierlich fort. So bieten wir beispielsweise seit Juli mit «CleverDrive» eine neue Lösung in der Autoversicherung. In diesem telematikbasierten Produkt beeinflusst die Fahrweise direkt den Preis. Bei den 2017 erfolgreich eingeführten Zusatzversicherungen zum Schutz vor Cyber-Risiken haben wir das Produktangebot inzwischen weiterentwickelt und ausgebaut.

Im Berichtsjahr erreichten wir mit 3.7 % eine höchst erfreuliche Prämiensteigerung, welche das durchschnittliche Marktwachstum von 1.8 % erneut deutlich übertraf. Das signifikant höhere Vorjahreswachstum von 4.8 % resultierte hauptsächlich aus den erstmals für ein ganzes Jahr eingerechneten Prämien der im

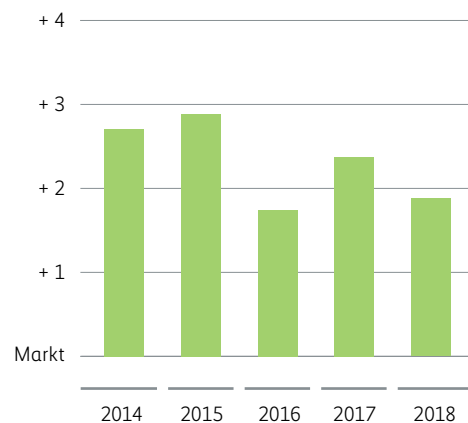
Herbst 2016 erworbenen SC, SwissCaution SA. Nur das organische Wachstum berücksichtigend, betrug der vergleichbare Wert 3.3 % und lag somit unter demjenigen des Berichtsjahres.

Das Wachstum beruht wie im Vorjahr hauptsächlich auf den Neugeschäftsabschlüssen, welche erneut deutlich höher ausfielen. Im Ersatzgeschäft gingen die Einnahmen aufgrund tieferer Durchschnittsprämien hingegen leicht zurück. Die Austrittsquote blieb stabil.

Die im Prämienreporting des Schweizerischen Versicherungsverbands (SVV) für 2018 ausgewiesenen Werte belegen, dass die Mobiliar ihre Marktanteile mit Ausnahme der Kredit- und Kautionsversicherungen in allen weiteren Versicherungszweigen weiter steigern oder sichern konnte. Insgesamt erhöhte sich unser Marktanteil im Nicht-Lebengeschäft auf 19.5 %. Damit konnten wir unsere führende Marktposition im Bereich der Sachversicherung mit einem Marktanteil von 29.6 % erfolgreich behaupten. In der Haft- (19.7 %) und Motorfahrzeugversicherung (16.7 %) gewannen wir weitere Marktanteile hinzu.

Wachstum relativ zum Markt

Nicht-Lebengeschäft (Differenz in Prozentpunkten)



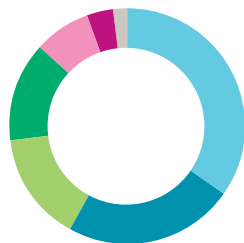
Markt (Basis: Prämienreporting SVV)

Nebenbranchen (See-, Luftfahrt- und Transportversicherungen) ausgenommen, liegen wir überall in der Spitzengruppe der Marktteilnehmer mit Anteilen von deutlich über 10 %.

Gründe für den Erfolg

Die genossenschaftlich verankerte Mobiliar verkörpert seit jeher Vertrauen, Verlässlichkeit, Beständigkeit und lokale Präsenz. Diese Eigenschaften bilden die Grundlage für die anhaltend gute Entwicklung unseres Prämienvolumens und unsere ausgezeichnete Marktpositionierung. Kundennähe und hohe Kompetenzen im Abschluss und Schadenfall zeichnen unsere 79 Generalagenturen aus. Diese sorgen an insgesamt rund 160 Standorten mit ihren gut ausgebildeten und motivierten Mitarbeitenden für eine umfassende und persönliche Kundenbetreuung. Seit Jahren verzeichnen wir in der Schadenerledigung die höchsten Kundenzufriedenheitswerte im Markt. 2017 führten wir unsere neue Schadenplattform ein. Das neue System hat die Prozesse an der Kundenschnittstelle vereinfacht und stellt sicher, dass wir auch künftig und unter Berücksichtigung des steten Kundenzuwachses die kundennahe und qualitativ hochstehende Erledigung der Schadenfälle gewährleisten können. Unsere Produkte und Serviceleistungen weisen ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis auf, werden laufend weiterentwickelt und entsprechen den Kundenerwartungen. Dazu tragen massgeblich unsere leistungsfähigen Systeme

Portefeuille nach Geschäftsfeld



■ Mobilitätsversicherungen: 34.8 %	■ Unternehmensversicherungen: 7.8 %
■ Haushaltversicherungen: 23.3 %	■ Rechtsschutzversicherungen: 3.8 %
■ Personenversicherungen: 15.0 %	■ Mietkautionsversicherungen: 1.7 %
■ Betriebsversicherungen (KMU): 13.6 %	

für die Produktentwicklung, Tarifierung und Vertragsführung bei, die es uns erlauben, unsere Leistungen und Tarife rasch und differenziert an veränderte Marktgegebenheiten anzupassen.

Auszahlungen aus dem Überschussfonds der Versicherten

Unserer genossenschaftlichen Überzeugung folgend, teilen wir unseren wirtschaftlichen Erfolg auch im Berichtsjahr mit unseren Kundinnen und Kunden. Bis Ende Juni 2018 profitierten während eines Jahres alle Kunden mit einer Haushalt- und Gebäudeversicherung von einer Prämienreduktion von 20 %. Insgesamt flossen so rund CHF 155 Mio. an unsere Versicherten zurück. Zwischen Juli 2018 und Juni 2019 kommen alle Kunden mit einer Fahrzeug- oder Betriebsversicherung in den Genuss einer Prämienreduktion von 10 %. Dies entspricht Vergünstigungen in einem Gesamtbetrag von rund CHF 160 Mio. In den letzten zehn Jahren haben wir unseren Versicherten im Nicht-Lebengeschäft mehr als CHF 1.4 Mia. aus dem Überschussfonds zukommen lassen.

Geschäftsfelder und Produkte

Erneut resultierte in allen strategischen Geschäftsfeldern ein Prämienwachstum. Im Segment Privatpersonen erzielten wir in den Haushalt- und Rechtsschutzversicherungen sogar einen im Vorjahresvergleich stärkeren Zuwachs. Hingegen verzeichneten wir im Geschäftsfeld Mobilität ein tieferes, aber im Marktvergleich nach wie vor weit überdurchschnittliches Prämienwachstum. Diese Entwicklung ist hauptsächlich auf sinkende Durchschnittsprämien in einem starken Wettbewerb ausgesetzten Markt zurückzuführen. Im Mietkautionsgeschäft fiel der Prämienzuwachs im Vorjahresvergleich tiefer aus. In diesem nach wie vor attraktiven Geschäftsfeld ist ebenfalls eine Verschärfung der Wettbewerbssituation zu verspüren. Ferner führt der zunehmende Wohnungsüberschuss dazu, dass beim Abschluss eines Mietvertrags vermehrt tiefere oder keine Mietzinsdepots verlangt werden.

Im Geschäft mit Unternehmenskunden trugen unverändert die Personenversicherungen den grössten Anteil zum Prämienwachstum bei. Hauptgrund ist die erhöhte Neugeschäftsproduktion zu risikoreicherer Prämie. Die Prämienabgänge aufgrund von Austritten fielen zudem deutlich tiefer aus. Im Geschäft mit mittleren und grösseren Unternehmen

übertrafen wir im Direktgeschäft trotz des anhaltend spürbaren Konkurrenzdrucks die Vorjahresproduktion deutlich. Die Betriebsversicherungen für KMU zeigten ebenfalls eine gute und nur leicht unter dem Vorjahr liegende Entwicklung. Unterstützend wirkten sich dabei – wie im Bereich der Haushaltversicherungen – die über den Erwartungen liegenden Verkaufszahlen der im Herbst 2017 lancierten Zusatzdeckungen zum Schutz vor Cyber-Risiken aus.

Innovationen und Prozessoptimierungen

Die Mobiliar hat den Anspruch, ihren Kunden erstklassige Produkte mit einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis anzubieten. Versicherungen sind keine physischen Produkte, sondern Leistungsversprechen für die Zukunft. Bei der Entwicklung fallen verhältnismässig geringe Kosten an. Diese entstehen hauptsächlich nach dem Verkauf – nämlich im Schadenfall.

Die Mobiliar nutzt die Chancen der Digitalisierung, um einen Mehrwert für ihre Kundinnen und Kunden zu schaffen.

Wir überarbeiten und entwickeln unsere Produkte und Serviceleistungen laufend weiter. Auf Basis von Marktvergleichen und unter Einbezug von Kundenbedürfnissen überprüfen wir die Positionierung unserer Produkte regelmässig und nehmen bei Bedarf Anpassungen in der Produkt- und Tarifgestaltung vor. Im Rahmen einer gross angelegten strategischen Initiative zur Beschleunigung der digitalen Transformation werden wir im Verlauf der kommenden Jahre mit der Modernisierung unserer System- und Prozesslandschaft auch unsere gesamte Produktpalette erneuern. Der erste Schritt dazu erfolgte – wie im Kapitel Strategische Geschäftsentwicklung auf Seite 19 erwähnt – mit dem Start zur Erneuerung der Systeme für die Rechtsschutzversicherung.

Auch im Berichtsjahr setzten wir uns stark mit dem Thema Digitalisierung auseinander, die das Kundenverhalten und damit das Versicherungsgeschäft nachhaltig beeinflussen wird. So haben wir beispielsweise unsere Arbeiten an der Entwicklung nächster Produktgenerationen mit voller Kraft fortgesetzt, um

das Bedürfnis nach verstärkt individueller, risikobasierter Preis- und Deckungsbestimmung noch besser abzudecken. Als erstes Produkt lancierten wir im Juli 2018 das bereits erwähnte neue Fahrzeugversicherungsprodukt «CleverDrive». Das Telematik-Angebot enthält einen Fahrdatenschreiber und einen Pannenhelfer. Der Stecker für den 12V-Anschluss des Autos zeichnet die Fahrdaten auf. Jede Fahrt wird nach verschiedenen Kriterien ausgewertet. In der Mobiliar App sehen die Versicherten jederzeit ihren erreichten Wert in der Qualität der Fahrweise und erfahren zu dem, in welchen Bereichen sie sich verbessern können. Clever fahren bedeutet sparen für junge Lenker bis 26 Jahre. Je nach Fahrweise gewähren wir unseren jungen Kundinnen und Kunden einen Rabatt von bis zu 25 % auf ihre Versicherungsprämie. Das neue Angebot wurde mit einer massgeschneiderten Online-Kampagne begleitet. Die Verkaufszahlen belegen, dass das neue Produkt im Markt einen guten Anklang findet.

Mit der digitalen Welt beschäftigen wir uns auch im Underwriting-Prozess. So führten wir im Juni 2018 im KMU-Geschäft den kognitiven Verkaufsassistenten ein. Das neue Tool ermöglicht den Generalagenturen, noch risikogerechtere Angebote zu erstellen und gleichzeitig die Beratungsqualität im Bereich der Betriebsversicherungen für KMU weiter zu steigern. So können die Nutzer beispielsweise mithilfe von künstlicher Intelligenz einfach und zuverlässig die Betriebsart eines Unternehmens klassieren und daraus abgeleitet die notwendige Deckung und den risikogerechten Preis festlegen. Dem Versicherungsberater stehen neben weiteren wichtigen Funktionalitäten zudem wertvolle Verkaufsargumente mit echten, anonymisierten Schadenbeispielen zur Verfügung.

Um die unterschiedlichen Schadensysteme abzulösen, führten wir 2017 nach mehrjähriger Entwicklungsarbeit eine neue Schadenplattform ein. Inzwischen wickeln wir mit den Branchen Sach, Haftpflicht und Mobilität einen Grossteil der Schadenfälle bereits über das neue System ab. Dabei schätzen die Benutzer insbesondere die Prozessvereinfachungen und die schnellere Abwicklung. Zurzeit erfolgt die schrittweise Einführung des elektronischen Schadendossiers. Damit kommen die Vorzüge des neuen Systems vollumfänglich zur Geltung. Mittlerweile arbeitet bereits rund die Hälfte aller Generalagenturen im Schadenfall mit dem elektronischen Dossier. Der Abschluss des Rollout ist für Frühling 2019 vorgesehen.

Das elektronische Schadendossier ermöglicht den zeit- und ortsunabhängigen Zugriff und die gleichzeitige Ansicht durch mehrere Mitarbeitende auf die Schadendokumente. Die Zuordnung von eingehenden Dokumenten zum Schadenfall wird mittels eines automatischen Erkennungssystems unterstützt.

Die 2017 lancierten Cyber-Schutz Versicherungen für Privat- und Geschäftskunden sind im Markt auf reges Interesse gestossen. Die erfreulichen Abschlusszahlen widerspiegeln das hohe Schutzbedürfnis unserer Kundinnen und Kunden. Wir arbeiten laufend an Weiterentwicklungen, damit die Produkte und Serviceleistungen mit den Entwicklungen in der Cyberwelt Schritt halten und wir die Bedürfnisse der Kunden optimal abdecken können. So haben wir beispielsweise gegen Ende des Berichtsjahres eine Deckung gegen «Missbrauch von digitalen Zahlungssystemen» eingeführt.

Kundinnen und Kunden der Protekta Rechtsschutz-Versicherung und der Mobiliar profitieren seit Oktober 2018 vom kostenlosen Zugriff auf den digitalen Rechtsratgeber. Rund um die Uhr stehen ihnen exklusiv über 4000 Grundlagenartikel, Merkblätter, Vertragsvorlagen, Musterbriefe und Checklisten zu verschiedenen Rechtsfragen zur Verfügung. Der Service in Zusammenarbeit mit dem Beobachter ist über das Kundenportal und die Mobiliar App in die digitale Welt der Gruppe Mobiliar integriert. Die Inhalte sind zurzeit ausschliesslich in deutscher Sprache verfügbar. Die persönliche Rechtsberatung der Kunden erfolgt durch die Mitarbeitenden unserer Tochtergesellschaft Protekta Rechtsschutz-Versicherung AG.

Auf Wunsch unserer Generalagenturen haben wir im Geografischen Informationssystem MobiGIS zwei neue Funktionalitäten zur Verkaufsoptimierung umgesetzt. Nachdem heute bereits alle Privathaushalte und Unternehmen – ob Kunde der Mobiliar oder nicht – punktgenau auf einem Kartenausschnitt angezeigt werden, können neu bei potenziellen Unternehmenskunden zusätzliche Informationen abgerufen werden wie beispielsweise Firmenname, Branche, Anzahl Mitarbeitende, Umsatz oder Gründungsjahr. Zudem können alle ablaufenden Verträge in einem Gebiet auf einer Karte dargestellt werden. Dies erlaubt unseren Generalagenturen, ihre Kundenbesuche und Routenplanungen noch effizienter zu gestalten. MobiGIS beziehungsweise geolokalisierte Daten finden zunehmend Einsatz in der Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen sowie in der Gestaltung neuer Tarifmodelle.

 **Weiterführende Informationen:**
mobiliar.ch/praevention

Für weitere Informationen zu Produkten, Prozessen und Systemen verweisen wir auf das Kapitel Strategische Geschäftsentwicklung ab Seite 11.

Schadenverlauf

Die Schadenbelastung lag unter dem Vorjahr und auch unter dem Durchschnitt der letzten zehn Jahre. Das Verhältnis von Schadenaufwand zu Prämien belief sich auf 60.7% (Vorjahr 63.2%). Trotz einzelner grösserer Elementarschadenereignissen wie der Sturm «Burglind» Anfang Januar und Überschwemmungen Ende Mai 2018 verzeichneten wir insgesamt einen unterdurchschnittlichen Elementarschadenverlauf. Bessere Schadenverläufe im Vorjahresvergleich resultierten insbesondere in den Geschäftsfeldern Mobilität und Unternehmen. Während sich bei den Motorfahrzeugversicherungen deutlich weniger Hagelschäden ereigneten, fiel die Belastung durch einzelne Grossschäden im Geschäft mit mittleren und grösseren Unternehmen tiefer aus.

Tochtergesellschaften

Die *Mobi24 Call-Service-Center AG* erbringt Assistance- und Contact Center-Dienstleistungen und unterstützt damit die Kunden der Mobiliar sowie Drittkunden rund um die Uhr. Sei es bei einer Autopanne, einem medizinischen Vorfall während einer Reise oder bei Notfällen in den eigenen vier Wänden – Mobi24 hilft schnell, kompetent, persönlich und unkompliziert. Mobi24 stellt zudem die Erreichbarkeit der Generalagenturen ausserhalb deren Öffnungszeiten sicher und unterstützt die Kunden mit bedürfnisgerechten Dienstleistungen. Neu wurde im Berichtsjahr mit dem «Digitalen Kundensupport» ein weiteres Team aufgebaut. Dieses unterstützt Kunden auf der sogenannten Online Customer Journey und trägt dazu bei, das hybride Kundenerlebnis bestmöglich zu gestalten. Insgesamt stellen rund 125 Mitarbeitende den 24-Stunden-Betrieb sicher. Dabei beantworten die Mitarbeitenden von Mobi24 über 300 000 Anrufe pro Jahr.

Die *Protekta Rechtsschutz-Versicherung AG* erzielte mit 6.4 % (Vorjahr 6.5 %) erneut ein erfreuliches Prämienwachstum. Sie entwickelte sich dank eines marktgerechten Produktangebots, welches auch die attraktive Zusatzleistung JurLine und die persönliche Beratung im Bereich des digitalen Rechtsratgebers umfasst, stärker als der Gesamtmarkt. Gemessen an ihrer Grösse steuerte die *Protekta Rechtsschutz-Versicherung AG* wiederum einen überproportionalen Beitrag zum positiven Gesamtergebnis bei.

Die *XpertCenter AG* erbringt für die Mobiliar, aber auch für Drittkunden, Leistungen im Bereich der Motorfahrzeugexpertisen, des Wrackhandels, der Abwehr und Durchsetzung von Regressansprüchen, der Bekämpfung von Versicherungsmissbrauch und der Regulierung von Schadenfällen mit Auslandbezug. Sie erbringt zudem weitere Services im Bereich von Case Management zur Wiedereingliederung von verunfallten oder erkrankten Personen sowie im betrieblichen Gesundheitsmanagement (BGM). Die *XpertCenter AG* ist ausserdem für Drittkunden auf dem Gebiet der klassischen Schadenerledigung tätig.

Die *Protekta Risiko-Beratungs-AG* bietet sowohl für die Mobiliar als auch für Drittkunden Beratung und Unterstützung für Industrie, Gewerbe- und Dienstleistungsbetriebe in der ganzen Schweiz im Risk Management, in der Sicherheit und in der Prävention.

Ferner ist sie innerhalb der Gruppe Mobiliar für das unternehmensweite Management der Geschäftsführung (Business Continuity Management) im Fall von massiven, einschneidenden internen und externen Ereignissen sowie für das Notfall- und Krisenmanagement der Gruppe Mobiliar zuständig.

Die *SC, SwissCaution SA* gehört seit Herbst 2016 zur Gruppe Mobiliar. Das Unternehmen wurde 1991 gegründet und war die erste Versicherungsgesellschaft, welche sich auf die Mietkaution ohne Bankdepot für Privat- und Geschäftskunden spezialisierte. Die *SC, SwissCaution SA* ist Marktführerin für die Mietkaution in der Schweiz.

Das Business-Software-Unternehmen *bexio AG* wurde im Berichtsjahr 2018 erworben, um die starke Position der Mobiliar im KMU-Markt digital auszubauen und ein Ökosystem rund um Dienstleistungen für KMU zu gestalten. *Bexio AG* bietet Schweizer Kleinunternehmen, Selbstständigen und Start-ups cloudbasierte Business-Software in den Bereichen Buchhaltung und Fakturierung an. Dabei deckt das Unternehmen die gesamte Administration eines KMUs in einer Lösung ab, beispielsweise durch das Erstellen von Offerten, automatisierten Rechnungs- und Mahnläufen, integriertes E-Banking, Produkte- und Lagerverwaltung und Online-Buchhaltung inklusive direktem Treuhänder-Zugang. Das Start-up wächst stark, bedient über 20 000 Kunden und beschäftigt derzeit rund 80 Mitarbeitende. 2016 und 2017 wurde *bexio AG* als bestes Software-Start-up der Schweiz ausgezeichnet.

 **Weiterführende Informationen:**
mobiliar.ch/gruppemobiliar

Kennzahlen Leben

in CHF Mio.	2018	2017	Veränderung in %
Bruttoprämien	760.8	813.3	-6.5
- Davon Jahresprämien (periodische Prämien)	624.5	639.6	-2.4
- Davon Einmalprämien (Einmaleinlagen)	136.3	173.7	-21.5
Verdiente Prämien für eigene Rechnung	756.8	808.5	-6.4
Bezahlte Versicherungsleistungen für eigene Rechnung	-596.2	-615.7	+3.2
Aufwand für Überschussbeteiligung der Versicherten	-30.4	-35.4	+14.1
Versicherungstechnische Rückstellungen für eigene Rechnung	5 539.2	5 482.7	+1.0
- Davon Schadenrückstellungen	1 722.5	1 730.6	-0.5
- Davon Deckungskapital	3 760.9	3 697.0	+1.7
Rückstellungen für künftige Überschussbeteiligungen der Versicherten	223.0	265.7	-16.1
Versicherungstechnische Rückstellungen für Rechnung und Risiko Dritter	784.2	822.5	-4.6
Versicherungstechnische Rückstellungen Kapitalisationsgeschäft	17.4	0.1	n.a.
Kapitalanlagen	6 983.6	7 009.1	-0.4
Kapitalanlagen auf Rechnung und Risiko Dritter	784.2	822.5	-4.6
Kapitalanlagen Kapitalisationsgeschäft	32.1	17.0	+89.6
Technisches Ergebnis	-59.5	-112.7	+47.2
Finanzielles Ergebnis	100.0	150.1	-33.4
Ergebnis nach Steuern	36.6	34.3	+6.7
Kostensatz für eigene Rechnung	16.8%	15.7%	

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.

Leben

Die Mobiliar erzielte in der privaten Vorsorge im Geschäft mit Jahresprämien erneut ein deutlich über dem Markt liegendes Wachstum. Das gesamte Prämienvolumen im Lebengeschäft fiel im Vergleich zum Vorjahr tiefer aus. Auf der Leistungsseite stieg der Schadenaufwand leicht an.

Die langlaufenden Zinsen in der Schweiz bewegen sich weiterhin nahe am Nullpunkt. Die Schweizerische Nationalbank (SNB) hat ihre expansive Geldpolitik im Berichtsjahr fortgesetzt. Aufgrund der anhaltenden Niedrigzinsphase bleibt die Lage am Versicherungsmarkt für Lebensversicherer angespannt.

Positionierung und Marktanteile

In der privaten Vorsorge behalten wir unseren Fokus auf das Geschäft mit periodischen Prämien bei. Wir stärken unsere führende Position im Risiko-Lebengeschäft und erweitern unsere Produktpalette mit innovativen Sparversicherungen. Bei den Erwerbsunfähigkeitsversicherungen führten wir im Berichtsjahr eine Tarifrevision durch. Zudem lancierten wir zwei zusätzliche Angebotsvarianten für die wandelbare Sparversicherung. Damit können wir uns künftig im Markt breiter positionieren. Unsere Marktführerschaft im Bereich der Risiko-Todesfallversicherungen konnten wir mit einem Marktanteil von rund 25 % sichern.

Die Mobiliar bietet ihren Kundinnen und Kunden die passende Versicherungs- und Vorsorgelösung für jede Lebensphase.

In der beruflichen Vorsorge ist der Markt im Risiko-Rückversicherungsgeschäft von Vorsorgeeinrichtungen weiterhin stark umkämpft. In diesem Umfeld ist es uns gelungen, unsere bedeutende Stellung zu halten. Wir planen, unsere Produktpalette mit einer Teildeckung in der Invaliditätsversicherung zu erweitern. Wir wollen unsere Kunden weiterhin mit innovativen Dienstleistungen überzeugen.

Gründe für den Erfolg

Unsere Angebotspalette für Privatpersonen überzeugt mit innovativen und leicht verständlichen Produkten und ermöglicht uns, massgeschneiderte Versicherungslösungen für alle Alterssegmente anzubieten. Die Mobiliar verfügt über eine sehr gute Reputation und ist dank ihrer dezentralen Organisation stark im Markt verankert. Unsere grosse Kundenbasis im Nicht-Lebengeschäft bietet ein hohes Cross-Selling-Potenzial. In der Rückversicherung von Vorsorgeeinrichtungen weisen wir seit Jahren eine im Vergleich zur gesetzlich vorgeschriebenen Mindestquote und zu unseren Mitbewerbern überdurchschnittlich hohe Legal Quote im Kollektivgeschäft aus.

Überschüsse für die Kunden

Das technische Ergebnis beinhaltet bereits Überschussbeteiligungen für die Versicherten in Höhe von CHF 30.4 Mio. Im der Legal Quote unterstellten Kollektivgeschäft gaben wir 96.6 % der Erträge in Form von Renten, Kapitalleistungen, Überschusszuweisungen und Rückstellungen an die Vorsorgeeinrichtungen weiter.

Private Vorsorge

Im Geschäft mit wiederkehrenden Prämien erzielten wir im Berichtsjahr strategiekonform erneut ein im Vergleich zum Gesamtmarkt (-0.2 %) stärkeres Wachstum von 5.1 %. Zu diesem Erfolg trugen vor allem die modernen Sparversicherungen bei. Bei den Einzel-Kapitalversicherungen erreichten wir einen Marktanteil am Neugeschäftsvolumen von 12.8 %.

Während die Absatzsteigerung bei den Risiko-Todesfallversicherungen über 12 % betrug, lag diejenige der Erwerbsunfähigkeitsversicherungen bei guten 8 %. In der im Herbst 2017 neu eingeführten wandelbaren Sparversicherung vereinen wir die Kundenbedürfnisse

nach Sicherheit und attraktiven, transparenten Renditeerwartungen in einem Produkt. Vor Abschluss eines Vertrags führt die Mobiliar mit jedem Kunden eine Anlegerprofilanalyse durch. Diese bildet die Grundlage dafür, welcher Anteil der Sparprämie in eine Anlage mit Kapitalgarantie respektive in Anlagefonds investiert wird. Dabei hat es sich gezeigt, dass sich insgesamt die Investitionen der Sparprämien in einen garantierten Teil und in Anlagefonds ungefähr die Waage halten. Dieses Angebot stösst nach wie vor auf grosses Kundeninteresse. Im Berichtsjahr konnten wir rund 10 000 neue Verträge für die wandelbare Sparversicherung abschliessen. Wir sind zuversichtlich, den Absatz an Sparprodukten in den kommenden Jahren weiter zu steigern, da die künftig zu erwartenden Leistungen aus der ersten und zweiten Säule zu einem wachsenden Bedarf an Einkommen aus der dritten Säule führen werden.

Dank des zweiten im Herbst 2017 lancierten Vorsorgeprodukts – dem Auszahlungsplan – konnten wir im Segment des Kapitalisationsgeschäfts Fuss fassen. Mit dem Auszahlungsplan bieten wir unseren Kundinnen und Kunden eine attraktive Lösung an, gegen eine Einmaleinlage über einen durch sie gewählten Zeitraum garantierte monatliche Zahlungen zu erhalten. Das Einmaleinlagevolumen von CHF 18.3 Mio. ist erfreulich.

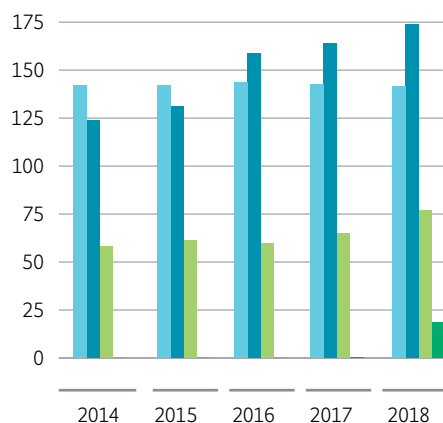
Berufliche Vorsorge

Die Jahresprämien verzeichneten im Vorjahresvergleich wie erwartet eine rückläufige Entwicklung. Im Vergleich zum Vorjahr fiel auch das Volumen der Einmalprämien tiefer aus. Dabei gingen sowohl die Übernahmen von Invaliditätsrenten als auch die Einkäufe von Altersrenten strategiekonform stark zurück. Wie bereits erwähnt, ist der Markt der beruflichen Vorsorge weitgehend gesättigt und hart umkämpft. In diesem Umfeld verlief die alljährlich im letzten Quartal stattfindende Erneuerungsrunde der Verträge, welche sich jeweils auf das Folgejahr auswirkt, im Berichtsjahr sehr erfreulich. Bei der Akquisition neuer Kunden erzielten wir 2018 ein im Vergleich zum Vorjahr höheres Geschäftsvolumen. Zudem verzeichneten wir deutlich weniger Kündigungen.

Vertriebskanäle

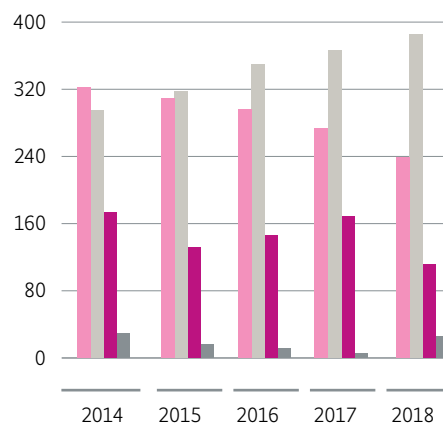
In der privaten Vorsorge erzielten unsere Generalagenturen ein erfreuliches Neugeschäft und leisteten damit wie in den Vorjahren den grössten Beitrag zur Volumensteigerung bei Verträgen mit periodisch wiederkehrenden Prämien. Die im Vorjahr gestartete Kooperation mit fünf Kantonalbanken haben wir auf sieben ausgeweitet. Das Angebot umfasst biometrische Risikodeckungen im Zusammenhang mit Hypotheken.

Bruttoprämien private Vorsorge
in CHF Mio.



- Reine Risikoversicherungen
- Gemischte Versicherungen
- Fondsgebundene Versicherungent
- Kapitalisationsgeschäft

Bruttoprämien private und berufliche Vorsorge
in CHF Mio.



- Jahresprämien berufliche Vorsorge
- Jahresprämien private Vorsorge
- Einmalprämien berufliche Vorsorge
- Einmalprämien private Vorsorge

Produkte und Innovationen

2018 lancierten wir zwei neue Angebotsvarianten für unsere wandelbare Sparversicherung mit dem Ziel, die Attraktivität unserer Produktpalette weiter zu erhöhen. Dabei ergänzt die erste Variante die bisherige Sparversicherung. Diese ermöglicht unseren Kundinnen und Kunden, einen Teil der Sparprämien in eine Anlagelösung und einen weiteren Teil in MobiFonds zu investieren. Bei der neuen Variante liegt die zeitliche begrenzte Garantie bei 15 anstelle von zehn Jahren. Diese Lösung eignet sich für Kunden, welche ihre Policen zur Abdeckung einer bis zu 15-jährigen Hypothek verpfänden. Mit diesem Produkt wollen wir die sich im Zusammenhang mit der Einführung der neuen Hypothekenbörse Credit Exchange bietenden Cross-Selling-Möglichkeiten nutzen. Für weitere Details zu unserer Beteiligung an Credit Exchange verweisen wir auf das Kapitel Strategische Geschäftsentwicklung ab Seite 11.

Bei der zweiten Angebotsvariante handelt es sich um eine Kindersparversicherung. Diese kann ebenfalls in Kombination mit einer Kinderinvalidenrente abgeschlossen werden. Die wandelbare Versicherung stellt – wie der Name schon sagt – eine flexible und innovative Lösung für die sich während des Lebenszyklus verändernden Bedürfnisse unserer Kundinnen und Kunden dar.

Leistungen

Im Segment Privatpersonen lagen die Aufwendungen für Todesfälle leicht unter dem Niveau des Vorjahres. Die Aufwendungen für Invalidität nahmen im Jahresvergleich zu, blieben jedoch für die private Vorsorge auf relativ tiefem Niveau. Im Kollektivgeschäft ging die Belastung für Todesfälle deutlich zurück. Hingegen erhöhten sich die Aufwendungen für Invalidität. Insgesamt fiel damit der Schadenaufwand gegenüber dem Vorjahr leicht höher aus.

Trianon

Im Berichtsjahr verzeichnete Trianon AG einen positiven Geschäftsverlauf. Dank der erfreulichen Ertragsentwicklung konnte ein Wachstum der Dienstleistungserträge von 7.0 % erzielt werden. Trianon AG setzte 2018 ihre Transformation mit erheblichen Investitionen in die Informationstechnologie und einer Stärkung der Teams im Personalmanagement inklusive Pensionskassenverwaltung fort. Die Migration der IT-Infrastruktur zur Mobiliar wurde erfolgreich abgeschlossen.

Das Produkt «Gemeinschaftskasse BVG Mobiliar», das 2017 auf dem Markt eingeführt wurde, setzte sein Wachstum 2018 kontinuierlich fort. Inzwischen zählt die Gemeinschaftskasse bereits rund 1200 angeschlossene Unternehmen und verfügt über ein verwaltetes Vermögen von rund CHF 59 Mio.

Vermögensanlagen

Im Berichtsjahr kehrte die Volatilität an die Finanzmärkte zurück. Der weltweit synchron verlaufende wirtschaftliche Aufschwung geriet 2018 schon bald ins Stocken. Das Anlageumfeld war sehr anspruchsvoll und stark durch politische Einflüsse geprägt.

Anlageumfeld

Die globale Konjunktur befand sich 2018 weiterhin auf einem soliden Niveau. Im Gegensatz zum Vorjahr verlief die wirtschaftliche Entwicklung über die verschiedenen Regionen jedoch nicht mehr parallel. Neben der zunehmend schwächelnden Wirtschaft in Europa und Japan kühlte sich auch Chinas Wachstum durch die Handelsspannungen mit den USA merklich ab. Die USA präsentierten sich auch zehn Jahre nach der Finanzkrise als Weltwirtschaftslokomotive. Eine wichtige Stütze dabei war weiterhin der starke private Konsum.

Das «Goldilocks»-Umfeld mit moderatem Wirtschaftswachstum, höheren Unternehmensgewinnen und tiefer Inflation schien zu Beginn des Jahres weiter anzudauern. Das für Aktien positive Umfeld wurde jedoch im Februar von einem Anstieg der US-Zinsen beeinträchtigt. Die Rendite der 10-jährigen US-Staatsanleihen stieg gegen 3 % an. In der Folge fürchteten sich die Märkte vor einer Wende in der Tiefzinsphase und einem starken Anstieg der Inflation. Die Börsen verloren weltweit gegen 10 % an Wert. Dazu kamen Anstrengungen des US-Präsidenten Trump, das Handelsbilanzdefizit gegenüber Europa und vor allem China auszugleichen. Diese mündeten schliesslich in protektionistische Massnahmen in Form von Strafzöllen. Gegenmassnahmen blieben nicht aus. Die Stimmung am Markt trübte sich stark ein. Die Unberechenbarkeit der Trump-Administration sorgte für anhaltende Unsicherheit mit entsprechenden Risiken für die globale Konjunktur. Dazu gesellte sich die Befürchtung einer weiteren Destabilisierung der Eurozone durch die zähen Brexit-Verhandlungen und Italiens Konfrontationskurs mit der Europäischen Union. In der Folge erzielten die europäischen Aktienmärkte inklusive Schweiz einmal mehr eine schlechtere Performance als US-Titel, welche zwischenzeitlich sogar nochmals einen neuen Höchststand erreichten. Bestärkt durch das anhaltende Wachstum hob die US-Notenbank ihren Referenzzinssatz erneut in kleinen Schritten an, um die Abkehr von der expansiven Geldpolitik weiter voranzutreiben. Die Europäische Zentralbank (EZB)

kündigte ebenfalls eine erste Zinserhöhung für Ende Sommer 2019 an. Die Schweiz, die stark am Gängelband der EZB hängt, bleibt der Minuszins-Politik treu.

Je länger das Jahr dauerte, desto mehr standen Aktien nicht mehr in der Gunst der Anleger. Diese büssten vor allem im vierten Quartal stark an Wert ein und schlossen mit der schlechtesten Performance seit 2011. Aufgrund dieser Entwicklung erholte sich Gold von den Verlusten während des Jahres fast wieder bis auf Vorjahresniveau. Auch der Schweizer Franken wurde aufgrund der zunehmenden Unsicherheiten wieder stärker nachgefragt. Er verteuerte sich gegenüber den meisten wichtigen Währungen mit Ausnahme des US-Dollars und des japanischen Yen.

Anlagestrategie und Anlageergebnis

Die Performance der festverzinslichen Wertpapiere war leicht negativ. Die Zinsen in der Schweiz sanken am langen Ende. Diese Entwicklung vollzog sich ausschliesslich im vierten Quartal, nachdem die Zinsen vorher nach oben tendiert hatten. Wir nutzten kleine Zinsanstiege, um Zukäufe in längeren Laufzeiten zu tätigen. Die Credit Spreads weiteten sich als Folge konjunktureller Ängste aus. Dies beeinträchtigte insbesondere Unternehmensanleihen und BBB-Obligationen – also Anleihen von weniger hoher Qualität. Die Unterstützung für diese Kategorie wurde zusätzlich dadurch geschwächt, dass die EZB ankündigte, ihre Unternehmensanleihenkäufe per Dezember einstellen zu wollen. Wir reduzierten unser Engagement in BBB-Obligationen Mitte 2018 um rund einen Drittel.

Im Gegensatz zu 2017 waren die Aktienmärkte im Berichtsjahr von hoher Volatilität geprägt. Im vierten Quartal kam es zu einem weltweiten Ausverkauf, auch von Qualitätsaktien. Die Bewertungen waren in den letzten Jahren zu stark angestiegen, um die aktuellen Risiken für die Weltwirtschaft korrekt widerzuspiegeln. Zyklische Aktien, welche lange vom guten Konjunkturverlauf profitiert hatten, gerieten wegen des schwelenden Handelskonflikts in den Abwärtssog. Obwohl sich

die Ertragskraft der meisten Unternehmen nach wie vor auf einem hohen Niveau bewegt, nimmt der Druck auf die Margen zu. Die Börsen in sämtlichen Regionen schlossen Ende Jahr im Minus. Bei der Mobiliar sind wir seit November in Aktien untergewichtet. Zudem sicherten wir gegen Ende Jahr rund die Hälfte unserer US-Dollar-Aktienanlagen taktisch ab. Obwohl Aktien aus Bewertungssicht inzwischen wieder attraktiver wurden, hielten wir aus Risikoüberlegungen vermehrt flüssige Mittel. Nach wie vor verursachen die Negativzinsen auf diesen Beständen jedoch hohe Kosten, welche das Anlageergebnis schmälern.

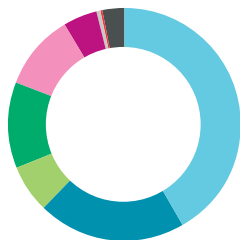
Unsere Investitionen in Immobilien bauten wir im Berichtsjahr weiter aus. Dabei wuchs das direkte Immobilienportfolio hauptsächlich durch die fortschreitenden Bauprojekte. Die Realisierung der Wohn- und Geschäftsüberbauung «Trio» im Entwicklungsgebiet Bern-Wankdorf, die wir im Miteigentum halten, schreitet gut voran. Auch die Erneuerungsarbeiten an den Bestandesliegenschaften weisen sichtbare Fortschritte auf. Zudem konnten wir Mitte 2018 in Nyon eine Wohnüberbauung mit 82 Wohnungen in Betrieb nehmen. Zurzeit befinden sich rund 360 Wohnungen und 12 000 m² Büro- und Gewerbeflächen mit einem zusätzlichen Anlagevolumen von gegen CHF 105 Mio. im Bau oder in Planung.

Der Marktwert des gesamten Portfolios konnte auf CHF 2.037 Mia. erhöht werden (Vorjahr CHF 1.993 Mia.). Der Cashflow betrug CHF 65.6 Mio. (Vorjahr CHF 64.4 Mio.). Zusammen mit der positiven Wertveränderung von 1.4 % (Vorjahr 0.3 %) erzielten wir erneut eine gute Performance von 4.6 % (Vorjahr 3.6 %). Ein wesentlicher Bestandteil der Anlagen in Immobilien der Gruppe Mobiliar ist der substanzielle Anteil am «MobiFonds Swiss Property». Dieses Engagement wurde mit der Partizipation an der Kapitalerhöhung Anfang 2018 erweitert.

Insgesamt erzielten wir ein finanzielles Ergebnis von CHF 240.8 Mio. (Vorjahr CHF 336.6 Mio.). Obwohl wir im volatilen Anlageumfeld Chancen nutzen und hohe Verkaufsgewinne insbesondere aus Aktien erzielen konnten, führte die rückläufige Marktentwicklung im Dezember zu nicht unerheblichen Abschreibungen auf Sachwerten. Dem Totalertrag aus Kapitalanlagen von CHF 495.0 Mio. (Vorjahr CHF 479.4 Mio.) standen Aufwände aus Kapitalanlagen von CHF 215.7 Mio. (Vorjahr CHF 103.7 Mio.) sowie Aufwände aus dem übrigen Erfolg von CHF 38.5 Mio. (Vorjahr CHF 39.1 Mio.) gegenüber. Hauptfaktoren für den Anlageerfolg waren der Wertschriftenertrag in Höhe von CHF 162.6 Mio. (Vorjahr CHF 149.0 Mio.) sowie der Immobilienertrag von CHF 82.7 Mio. (Vorjahr CHF 83.4 Mio.). Zudem erzielten wir Verkaufsgewinne von CHF 193.0 Mio. (Vorjahr CHF 164.6 Mio.), hauptsächlich aus Aktien und Aktienfonds sowie zu einem kleineren Teil aus Obligationen (und dabei insbesondere aus Umschichtungen zur Reduktion von Fremdwährungsobligationen aufgrund steigender Absicherungskosten sowie zur Durationsverlängerung in der privaten Vorsorge). Beim Aufwand aus Kapitalanlagen fielen die Abschreibungen aufgrund der Kursrückgänge an den Börsen im Dezember und höherer Wertberichtigungen auf alternative Anlagen von CHF 113.3 Mio. im Jahresvergleich (CHF 25.0 Mio.) deutlich höher aus. Zudem mussten wir Verkaufsverluste von CHF 46.1 Mio. (Vorjahr CHF 22.9 Mio.) verbuchen, da wir nach dem ersten Rückgang der Börsenkurse Ende November mehrere Titel verkauften, um weitere Verluste aus erneuten Kursrückgängen zu verhindern. Auf durchschnittlich investierten Kapitalanlagen zu Buchwerten von CHF 17.164 Mia. erzielten wir eine Anlagerendite von 1.4 % (Vorjahr 2.0 %). Die Anlageperformance auf den Kapitalanlagen belief sich auf -0.5 % (Vorjahr 3.6 %).

Portfolio-Allokation per 31.12.2018

Vorjahreswerte in Klammern



■ Obligations: 41.7 % (42.5 %)	■ Darlehen: 4.6 % (5.4 %)
■ Aktien und Fondsanteile inkl. Immobilienfonds: 20.6 % (22.0 %)	■ Assoziierte Organisationen: 0.5 % (0.5 %)
■ Alternative Anlagen inkl. Gold: 6.8 % (6.6 %)	■ Nicht konsolidierte Beteiligungen: 0.4 % (0.4 %)
■ Anlageliegenschaften: 11.9 % (11.6 %)	■ Übrige Kapitalanlagen: 2.9 % (1.7 %)
■ Hypotheken: 10.6 % (9.3 %)	

Marke, Werbung und Sponsoring

Menschlich, nah und verantwortungsvoll – so erleben uns unsere Kundinnen und Kunden. Dies belegen verschiedene Markenstudien. Die Mobiliar verfügt über die Marke mit der höchsten Reputation in der Schweizer Versicherungslandschaft.

Die Marke Mobiliar genießt ein hohes Ansehen bei unseren Kundinnen und Kunden. Als persönlichste Versicherung der Schweiz verpflichten wir uns voll und ganz unseren Versicherten. Wir sind dort, wo unsere Kunden sind – und da, wenn es darauf ankommt. Unser Verhalten richten wir konsequent an unserem Markenversprechen «menschlich», «nah» und «verantwortungsvoll» aus.

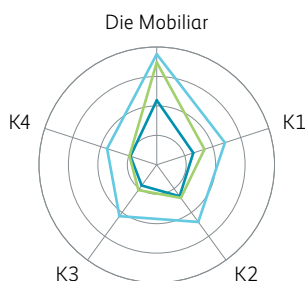
Die Mobiliar tritt als einheitliche Dachmarke in allen vier Landessprachen auf. Die Dachmarke umfasst die Schweizerische Mobiliar Holding AG sowie die Schweizerische Mobiliar Versicherungsgesellschaft AG, die Schweizerische Mobiliar Lebensversicherungsgesellschaft AG und die Schweizerische Mobiliar Asset Management AG. Die weiteren Tochtergesellschaften der Mobiliar treten mit separaten Marken am Markt auf.

Die Mobiliar – erfolgreich in der Schweizer Markenwelt

Die Unternehmensreputation ist ein ausschlaggebender Faktor für den Erfolg einer Marke. Wie die jüngste Studie «Business Reflector 2018» des Marktforschungsinstituts GfK zeigt, konnten wir uns bezüglich Reputation gegenüber dem Vorjahr um weitere fünf Ränge auf den elften Platz verbessern. Im direkten Konkurrenzumfeld genießt die Mobiliar die höchste Reputation. Nachdem dieser Wert in den letzten Jahren für die Mobiliar stabil war, verzeichneten wir nun einen Aufwärtstrend. Wir konnten uns insbesondere in der rationalen Wertschätzung steigern. Einen leichten Anstieg erzielten wir ebenfalls bei der emotionalen Wertschätzung.

Reputation im Vergleich mit Konkurrenten

GfK Business Reflector 2018 (K1 – K4: Konkurrenten)

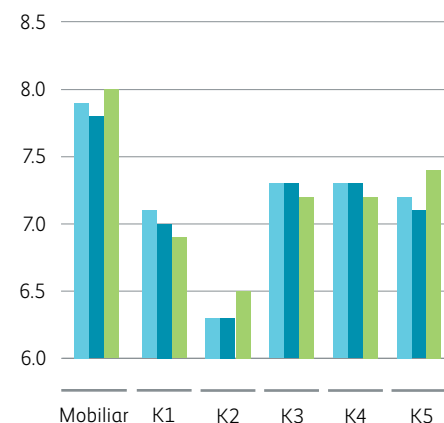


- Rationale Wertschätzung
- Nachhaltigkeit
- Emotionale Wertschätzung

Für die Assekuranz wurden pro Unternehmen mindestens 400 Personen befragt.

Mobiliar Image Tracking

intervista (K1 – K5: Konkurrenten)



- menschlich
- nah
- verantwortungsvoll

Auch die jährlich von uns beim Marktforschungsinstitut intervista in Auftrag gegebene Messung des Imagewerts zeigt, dass die Mobiliar Branchenführerin in den drei Dimensionen «menschlich», «nah» und «verantwortungsvoll» ist. Diese Markenwerte entsprechen der Kernpositionierung der Mobiliar und verkörpern die drei Grundwerte, die der Mobiliar beim Kontakt mit ihren Kunden und anderen Stakeholdern wichtig sind.

Der BrandAsset® Valuator (BAV) der Werbeagentur Y&R Group Switzerland ist die umfangreichste Markenstudie der Schweiz. Die Studie erscheint alle zwei Jahre. Die letzte Erhebung fand 2017 statt. Die Ergebnisse zeigen, dass die Mobiliar die mit Abstand am stärksten verankerte Versicherungsmarke der Schweiz ist. Wir erzielten ausgezeichnete Werte sowohl bei der Markenvitalität als auch bei der Markenstatur und lagen als einzige Versicherung in beiden Kategorien über dem Median aller untersuchten Schweizer Unternehmen. Vergleiche der Studien vor und nach dem Brand Refresh (2015 und 2017) belegen zudem, dass wir unsere Markenpositionierung weiter festigen konnten. Wir verbesserten uns in der Markenstärke und im Markenimage. Eine deutliche Steigerung erzielten wir insbesondere bei den Werten «modern» und «innovativ». Damit konnten wir unseren Platz an der Spitze der Schweizer Markenlandschaft sogar leicht ausbauen.

Wir tragen entscheidend zum Erfolg unserer Marke bei, indem wir es schaffen, unsere Werte «menschlich», «nah» und «verantwortungsvoll» in allen Situationen glaubhaft zu vermitteln. Dies führt zu zufriedenen und loyalen Kunden. Zufriedene Kunden vertrauen uns zusätzliche Versicherungen an und empfehlen uns weiter. Dadurch stärken sie unser hervorragendes Image.

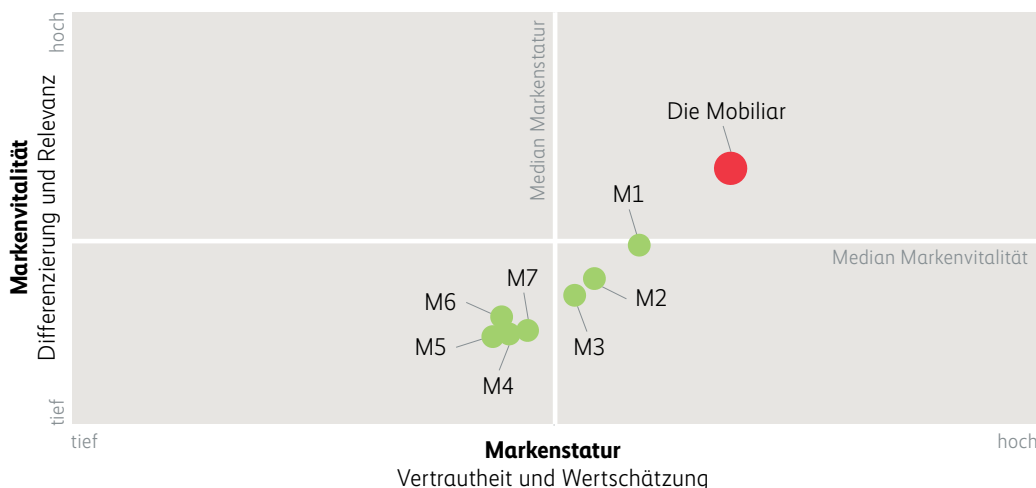
Hohe Kundenzufriedenheit und Weiterempfehlungsbereitschaft

Verschiedene Studien zeigen, dass die Kunden mit den Leistungen der Mobiliar sehr zufrieden sind. Bei den Kennzahlen zur Kundenzufriedenheit und der Weiterempfehlung zeichnet sich ein ähnliches Bild ab wie bei der Markenreputation. Für Details zu diesen Studien verweisen wir auf das Kapitel Kunden, Versicherungsprodukte und Dienstleistungen ab Seite 97.

Die Mobiliar löst ihr Markenversprechen ein

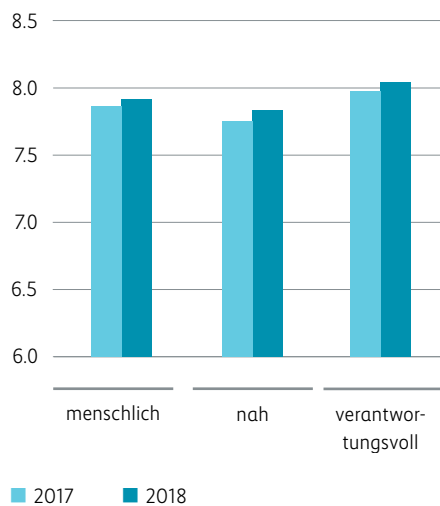
Wie eine im Auftrag von uns durch das Marktforschungsinstitut GfK 2018 erstmals durchgeführte Studie zeigt, stellt der direkte Kontakt mit der Mobiliar das einprägsamste Erlebnis auf Kundenseite dar. In den Dimensionen «menschlich», «nah» und «verantwortungsvoll» ist die Mobiliar führend in der Versicherungsbranche. Dieses für die Mobiliar typische Markenversprechen repräsentiert unsere Unternehmenswerte und prägt den täglichen Austausch mit unseren Kunden.

BrandAsset® Valuator 2017
 Y&R Group Switzerland (M1 – M7: Marken der Konkurrenten)



Die Studie belegt zudem, dass die Mobiliar das Markenerlebnis mit hoher Durchgängigkeit auf alle Kundenkanäle zu transportieren vermag. Damit dies auch künftig so bleibt, bilden wir unsere Mitarbeitenden seit Kurzem speziell darin aus, markentypische Kundenerlebnisse auszugestalten. Dass dieses Projekt erste Früchte trägt, zeigen die Ergebnisse unserer Image-Auswertung. Im Berichtsjahr erzielten wir eine Steigerung bei allen drei oben erwähnten Markenwerten.

Entwicklung des Markenimages der Mobiliar seit 2017
intervista, Mobiliar Image Tracking



Die Mobiliar fokussiert auf zwei Ökosysteme

Die branchenübergreifende Bündelung von Angeboten hat stark an Bedeutung gewonnen. Die Mobiliar hat entschieden, an dieser Entwicklung aktiv teilzunehmen. Dabei setzen wir einen klaren Schwerpunkt auf den Aufbau und die Weiterentwicklung der Ökosysteme «Mieten, Kaufen, Wohnen» und «Dienstleistungen für KMU». Um die gesteckten Ziele zu erreichen und die Mobiliar als kompetente Anbieterin in diesen beiden Bereichen gegen aussen zu positionieren, braucht es nebst überzeugenden Produkten und Dienstleistungen effektive Marketing-Initiativen.

Damit wir für diese neuen Herausforderungen gewappnet sind, haben wir unsere Marketing-Kommunikationsstrategie neu aufgesetzt. Bei der Neuausrichtung halten wir jedoch auch künftig an unserem erfolgreichen Konzept der bekannten und beliebten Dachkampagne mit den «Liebe Mobiliar ...»-Spots und den Schadensskizzen fest.

Kampagnen-Management wird weiterentwickelt

Im August des Berichtsjahres haben wir das erste agile und bereichsübergreifende Scrum Team für die omnikanalfähige Marktbearbeitung ins Leben gerufen mit dem Ziel, datenbasierte Direct Marketing Kampagnen automatisiert auszuspielen und messen zu können. Wir wollen die Technologie und das Know-how aufbauen, um dem hybriden Kundenverhalten Rechnung zu tragen und neue Opportunitäten aus Ökosystemen zu testen. Im Zuge der Digitalisierung beabsichtigen wir zudem, einen Schritt Richtung Marketing-Automation zu machen.

Neue Angebote für Jugendliche bis 26 Jahre

Im Sommer 2018 führten wir zwei neue Angebote für junge Leute ein und begleiteten die Lancierungen mit massgeschneiderten Online-Werbekampagnen. Unter dem Motto «Clever fahren und sparen» erweiterten wir mit der Telematiklösung «CleverDrive» unsere Produktpalette im strategischen Kundensegment «Junge bis 26 Jahre» um eine neue Motorfahrzeugversicherung. Dabei zeichnet der Fahrdatenschreiber jeweils die Messwerte auf. Jede Fahrt wird nach verschiedenen Kriterien ausgewertet. Bei guter Fahrweise erhalten die Lenker bis zu 25 % Rabatt auf ihre Versicherungsprämie. Zudem können junge Kundinnen und Kunden mit einer Fahrzeugversicherung bei unserer neuen Kooperationspartnerin Agrola ein Jahr lang günstiger tanken. Der Rabatt beträgt 3 Rappen pro Liter und kann mit der Mobiliar App an jeder Agrola Tankstelle in der Schweiz eingelöst werden. Ausserdem führten wir im Bereich der Haushaltversicherung eine All-in-One-Lösung für Wohngemeinschaften (WGs) ein. Damit konnten wir unser ursprüngliches Angebot noch attraktiver und flexibler gestalten.

Zusammen mit unseren Partnern IKEA und SBB bieten wir Gutscheine an, die bei unseren Kunden sehr beliebt sind und uns gleichzeitig einen regelmässigen Kontakt mit der jungen Zielgruppe ermöglichen. Die Kooperation mit Sunrise wurde aufgrund der geringen Nachfrage per Ende 2018 aufgehoben und durch Digitec Galaxus AG ersetzt.

Auszeichnung in der Beratung von jungen Erwachsenen

Junge Leute haben oft wenig bis keine Erfahrung in Versicherungsfragen. Sie sind deshalb besonders auf eine ehrliche und kompetente Beratung angewiesen. Die Stiftung für Konsumentenschutz führte im Spätsommer 2018 einen Stichprobentest bei den neun grössten Versicherern der Schweiz durch. Dafür schickte sie zwei junge Testpersonen unabhängig voneinander zu den verschiedenen Versicherungsanbietern für ein Beratungsgespräch zur Hausrat- und Privathaftpflichtversicherung. In die Bewertung flossen die Qualität des Beratungsgesprächs und die Offertstellung ein. Dabei belegte die Mobiliar zusammen mit der AXA den ersten Platz.

 **Weiterführende Informationen:**
mobiliar.ch/junge

Gold Award für unsere Werbekampagne

Der Swiss Effie ist der bekannteste Preis der Werbe- und Kommunikationsbranche. Seit über 17 Jahren zeichnet er Unternehmen für erfolgreiche Marketingkommunikation aus. 2018 feierten wir den 20. Geburtstag unserer Werbekampagne mit den humorvollen Schadensskizzen und den «Liebe Mobiliar ...»-Spots. Pünktlich zum Jubiläum gewann die Mobiliar den Effie Gold Award in der Kategorie «Evergreen», in welcher die nachhaltig erfolgreiche Entwicklung und Pflege einer Marke über einen längeren Zeitraum prämiert wird. Mit ihrer Werbekampagne schafft es die Mobiliar bis heute, Versicherungsthemen mit Witz und Charme aufzugreifen. Auf sympathische Art und Weise vermitteln wir damit unsere Markenwerte und unser Leistungsversprechen.

 **Weiterführende Informationen:**
mobiliar.ch/werbung

Generalagenturen mit neuem Schaufensterkonzept

Seit Ende Juni 2018 verfügt ein Grossteil unserer Standorte über einen neuen, einheitlichen Auftritt vor Ort. Dabei sind Bildschirme und Module mit analogen Plakaten in den Schaufenstern unserer Generalagenturen, Agenturen und Büros im Einsatz. Diese ermögli-



chen uns, bestehende und potenzielle Kunden sowohl mit lokalen als auch mit nationalen Inhalten gezielt anzusprechen. Mit der digitalen Kommunikation können wir zudem in Echtzeit auf besondere Ereignisse mit relevanten Botschaften reagieren. Mit dem neuen Schaufensterkonzept schaffen wir ein modernes, sympathisches Markenerlebnis und stärken den Wiedererkennungswert der Mobiliar.

Indoor Sports Community wird immer grösser

Seit nunmehr fünf Jahren ist die Mobiliar Hauptsponsorin der vier Hallensportarten Basketball, Handball, Unihockey und Volleyball. Die Anzahl der lizenzierten Sportlerinnen und Sportler in diesen vier Sportarten ist in diesem Zeitraum um 13 % angestiegen. Im August 2018 wurde die Mobiliar Arena in Gümligen feierlich eröffnet. Die neue Halle passt perfekt zu unserem Engagement im Hallensport. Anfang Oktober lud die Mobiliar zur fünften Mobiliar Topscorer Gala im Berner Kursaal. Über 600 Gäste würdigten die Leistungen der Topscorer und Meisterteams der letzten Saison. Zusätzlich zum starken nationalen Engagement für die Verbände und die NLA-Clubs ist die Mobiliar auch im Breitensport sehr aktiv. Unsere 79 Generalagenturen boten 2018 finanzielle Unterstützung für über 240 Vereine.

 **Weiterführende Informationen:**
mobiliar.ch/indoorsports

Hospitality Circle – unsere Kundenbindungsplattform

Unsere Generalagenturen und weitere Bereiche der Gruppe Mobiliar mit Kundenkontakt nutzen rege unsere im Herbst 2018 lancierte elektronische Plattform zur Kundenbindung. Aus einer breit gefächerten Auswahl von Anlässen und Events aus Kultur, Sport und Unterhaltung wurden bis Ende Jahr rund 9000 Hospitality Packages gebucht. Ein besonders erfolg-

reiches Beispiel dafür ist die Energy Trilogie, die Konzerte mit internationalen und nationalen Acts umfasst. 2017 wurde Energy Bern erstmals ins Angebot aufgenommen. 2018 ergänzten wir dieses mit Tickets für die One FM Starnight in Genf sowie mit der Energy Star Night in Zürich. Da für diese Konzertevents keine Tickets gekauft werden können – eine Teilnahme erfolgt nur auf Einladung – waren die rund 850 Packages der Generalagenturen sehr begehrt.

Im Berichtsjahr bauten wir die Plattform zudem technisch aus und nahmen Verbesserungen beim Gästemanagement, bei der Mobilefähigkeit, bei der Erstellung von PDF-Tickets und weitere Anpassungen vor. Im April 2018 wickelten wir am Dokumentarfilmfestival «Visions du Réel» das Gästemanagement inklusive Einlass vor Ort erstmals über den «Hospitality Circle» ab.

Zoo Zürich – vielfältiges Engagement für Mensch, Tier und Natur

Der Zoo Zürich begeistert seit jeher Klein und Gross in der ganzen Schweiz und überrascht immer wieder mit neuen Attraktionen. Nach der Eröffnung der Australien-Anlage zu Beginn des Berichtsjahres wurde im Oktober der Spatenstich für die Lewa-Savanne 2020 getätigt. Dadurch finden ab Frühling 2020 Giraffen, Nashörner, Zebras, Antilopen und Strausse in der grosszügig angelegten Savannenlandschaft ein Zuhause.

Auch das Angebot der Mobiliar im Rahmen ihrer Partnerschaft mit dem Zoo Zürich findet grossen Anklang. So profitieren Kundinnen und Kunden von 20 % Rabatt auf Online-Eintritten und von einem limitierten Angebot an kostenloser An- und Rückreise mit dem öV für die ganze Familie. Beinahe 30 000 Kunden machten im Berichtsjahr davon Gebrauch. Dies entspricht einer Steigerung von über 30 % im Vergleich zum Vorjahr.

Risk Management

Zentral geführte Risk Management-Prozesse stellen sicher, dass in der Gruppe Mobiliar alle wesentlichen Risiken systematisch identifiziert, beurteilt, überwacht, gesteuert und berichtet werden. Wir übernehmen bewusst Risiken, um die damit verbundenen Chancen aktiv zu nutzen.

Risikopolitik und Risikostrategie

Der Verwaltungsrat legt in der Risikopolitik Zweck und Ziele, Grundsätze sowie Zuständigkeiten des unternehmensweiten Risk Managements (Enterprise Risk Management, ERM) fest. Die Mobiliar hat folgende übergeordnete Ziele: Schutz der Kapitalbasis zur Erfüllung der Ansprüche ihrer Kunden, Erkennen von Risiko- und Renditeprofilen und Schutz der Reputation der Gruppe Mobiliar.

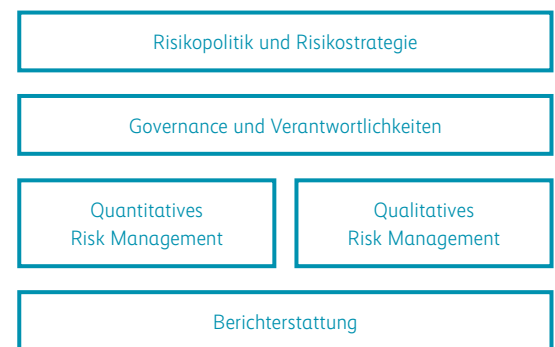
Die Risikostrategie konkretisiert die Risikopolitik und unterstützt die Umsetzung der Unternehmensstrategie. Sie bildet die Risikoneigung zur Bestimmung des Risikokapitalbedarfs ab und enthält weitere qualitative und quantitative Vorgaben zur Steuerung der wesentlichen Risiken. Für die Mobiliar relevante Risiken unterteilen wir in folgende Risikokategorien: Versicherungs-, Markt-, Kredit-, Liquiditäts-, Strategie- und Reputationsrisiken sowie operationelle Risiken.

Governance und Verantwortlichkeiten

Der Verwaltungsrat nimmt mit der Ausgestaltung des unternehmensweiten Risk Managements, des internen Kontrollsystems und der Compliance-Funktion die oberste Verantwortung wahr. Er verabschiedet für die einzelnen Risikokategorien quantitative und qualitative Vorgaben und Konzepte zu deren Umsetzung. Dabei wird er im Zusammenhang mit Versicherungs-, Markt- und Kreditrisiken durch den Anlage-/Risikoausschuss sowie bei den operationellen und reputationellen Risiken durch den Prüfungsausschuss unterstützt. Die Geschäftsleitung stellt die Umsetzung sicher.

Vierteljährlich tagen zwei Managementausschüsse unter Führung des Leiters Finanzen (CFO). Diese unterstützen die Geschäftsleitung. Das ALM Strategiekomitee steuert die Versicherungs-, Markt- und Kreditrisiken über den Asset Liability Management-Prozess. Das QLR Komitee (Qualitatives Risk Management) setzt sich mit operationellen und reputationellen Risiken auseinander. Liquiditätsrisiken werden direkt durch das Risikokomitee der Geschäftsleitung gesteuert. Strategierisiken behandelt der Verwaltungsrat im Rahmen des Strategieüberprüfungsprozesses.

Risk Management Framework



Sowohl das Risk Management als auch das Compliance Office der Gruppe Mobiliar unterstützen den Verwaltungsrat und die Geschäftsleitung als zentrale Risikokontrollfunktionen bei der Risikobewirtschaftung (2. Linie). Sie stellen Methoden und Instrumente zur Bewirtschaftung der Risiken zur Verfügung.

Für das Durchführen der Risk Management-Prozesse und das Bewirtschaften der Risiken sind die Geschäftsbereiche und Supportfunktionen verantwortlich (1. Linie). Als integrierter Teil des unternehmensweiten Risk Managements unterstützen die interne und die externe Revision (3. Linie) durch unabhängige Prüfungen den Verwaltungsrat und dessen Prüfungsausschuss beim Wahrnehmen ihrer Verantwortlichkeiten.

3-Linien-Modell des Enterprise Risk Managements

1. Linie: Risikonehmer	Identifikation und Bewirtschaftung der Risiken im jeweiligen Zuständigkeitsbereich und Unterhalten der entsprechenden Kontrollen
2. Linie: Risikokontrolle	Unterhalten des übergeordneten Risk Management Framework und Sicherstellen adäquater Checks and Balances gegenüber der 1. Linie
3. Linie: Unabhängige Assurance	Unabhängige Assurance durch Prüfung des Risk Management Framework und ausgewählter Kontrollen und Reports

Quantitatives und Qualitatives Risk Management

Das Risk Management umfasst die Identifikation, Beurteilung, Überwachung und darauf aufbauend das Steuern von Risiken sowie die Risikoberichterstattung. Die Identifikation von Risiken erfolgt auf Basis geeigneter Methoden und Experteneinschätzungen. Für die Risikobeurteilung kommen sowohl quantitative als auch qualitative Methoden zum Einsatz.

Versicherungs-, Markt- und Kreditrisiken werden mit einem internen Risikomodell quantifiziert. Dieses basiert auf den Modellen des Schweizer Solvenztests (SST), der von der Eidgenössischen Finanzmarktaufsicht FINMA entwickelt wurde. Im Rahmen der vom Verwaltungsrat vorgegebenen Risikoneigung bestimmen wir so den Risikokapitalbedarf. Dabei verwenden wir neben internen Modellen die Software-Lösungen Igloo Extreme und Prophet ALS.

Im qualitativen Risk Management stellen wir sicher, dass für alle Risikokategorien geeignete, zentral gesteuerte Risk Management-Prozesse bestehen, welche eine systematische Bewirtschaftung erlauben.

Ergänzend zu den Modellen und Prozessen analysieren wir mithilfe von Stresstests und Szenarioanalysen Auswirkungen von extremen Ereignissen, um zusätzliche Erkenntnisse zur Stabilität unter extremen Bedingungen zu gewinnen und das Verständnis zur Risikoexposition der Gruppe Mobiliar zu erhöhen. Mittels verschiedener Szenarien analysieren wir die Kapitaladäquanz der Gruppe Mobiliar über einen dreijährigen Planungszeitraum.

Berichterstattung

Die Überwachung sowie die quantitative und qualitative Berichterstattung sind im Rahmen der Risk Management-Prozesse festgelegt. Das Risk Management und das Compliance Office der Gruppe Mobiliar überwachen die Einhaltung der geschäftspolitischen, strategischen und gesetzlichen Vorgaben. Zudem schaffen sie Transparenz durch das Bereitstellen der relevanten Führungsinformation zur Risiko- und Kapitalsituation einschliesslich risikomindernder Massnahmen. Sie stellen die zeitgerechte Berichterstattung sicher und fördern die regelmässige Auseinandersetzung in den Managementausschüssen, in der Geschäftsleitung, in den Verwaltungsausschüssen und im Verwaltungsrat. Mit dem «Own Risk and Solvency Assessment» (ORSA)-Bericht informiert das Risk Management Gruppe zusätzlich die Geschäftsleitung, den Verwaltungsrat und die FINMA in aggregierter Form über die Risikosituation und den Kapitalbedarf der Gruppe Mobiliar.

Versicherungsrisiken

Unter Versicherungsrisiken verstehen wir den ökonomischen Verlust, der entsteht, wenn die versicherten Schäden und Leistungen in Bezug auf das Eintreten, die Höhe oder den Zeitpunkt nicht unseren Erwartungen entsprechen. Wir unterscheiden zwischen Versicherungsrisiken im Nicht-Leben- und Lebengeschäft.

Markt- und Kreditrisiken

Unter Marktrisiken verstehen wir den ökonomischen Verlust, der aus Veränderungen von Marktpreisen (beispielsweise bei Aktien, Währungen, Credit Spreads, Rohstoffen oder Immobilien) oder Zinsen entstehen kann. Kreditrisiken bezeichnen den ökonomischen Verlust aus dem Ausfall von Gegenparteien, falls beispielsweise ein Schuldner der Mobiliar nicht mehr in der Lage ist, seinen Verpflichtungen nachzukommen. Markt- und Kreditrisiken in der Bilanz der Gruppe Mobiliar ergeben sich insbesondere aus der Allokation der Vermögenswerte.

Operationelle Risiken und Compliance

Operationelle Risiken bezeichnen die Gefahr von Verlusten, die infolge Unzulänglichkeit oder Versagens von internen Verfahren, Menschen und Systemen oder infolge externer Ereignisse eintreten. Diese Definition schliesst Rechts- und Compliance-Risiken ein. Mit der systematischen, zentral gesteuerten Bewirtschaftung stellen wir sicher, dass geeignete Massnahmen und Kontrollen vorhanden sind, um die Risiken in den Geschäftsprozessen zu begrenzen und das Eintreten von Ereignissen mit grossen finanziellen Auswirkungen zu vermeiden. Die Risiken in Bezug auf die finanzielle Berichterstattung, die Compliance sowie den Betrieb

werden in einem auf unsere Geschäftsprozesse abgestützten System bewirtschaftet. Dabei werden die kritischen operationellen Risiken der Gruppe Mobiliar durch das Risk Management und das Compliance Office der Gruppe überwacht.

Liquiditätsrisiko

Das Liquiditätsrisiko bezeichnet die Gefahr, dass aus Risiken der Geschäftstätigkeit, der Investitionstätigkeit oder der (Re-)Finanzierungstätigkeit fällige Zahlungsverpflichtungen der Gruppe Mobiliar nicht vollständig und fristgerecht erfüllt werden können. Um versprochene Leistungen jederzeit erfüllen zu können, steuern wir die Liquidität aktiv und zielorientiert. Für die Beurteilung des Liquiditätsrisikos analysieren wir die Situation im Rahmen von Strategie-, Planungs- und Anlageprozessen sowie anhand von Stresstests.

Strategierisiko

Das Strategierisiko bezeichnet das Risiko, das von falschen strategischen Geschäftsentscheidungen oder von mangelnder Anpassungsfähigkeit an Veränderungen in der Unternehmensumwelt ausgeht. Die Mobiliar betreibt einen systematischen, jährlich wiederkehrenden Strategieprozess. Dabei werden die Strategie sowie Trends und Events überprüft und beurteilt, um mittels geeigneter Massnahmen das Fortbestehen der Gruppe Mobiliar sicherzustellen.

Reputationsrisiko

Das Reputationsrisiko bezeichnet die Gefahr eines Imageverlusts und folglich einer Minderung des Unternehmenswerts, die aufgrund von fehlerhaften Geschäftsentscheidungen, unprofessionellem Verhalten, Interessenkonflikten, Nichteinhalten von Gesetzen und Vorschriften sowie mangelhafter Führungs- und Unternehmenskultur entstehen können. Um den ausgezeichneten Ruf der Mobiliar zu bewahren, handeln wir auf allen Hierarchiestufen professionell und integer. Die Auseinandersetzung mit Reputationsrisiken erfolgt vorwiegend im Rahmen bestehender (Risk Management)-Prozesse sowie über überwachte Key Performance Indicators und Key Risk Indicators (Frühwarnindikatoren).

Versicherungsrisiken

Prämienvolumen nach Branchen

Nicht-Leben	in CHF Mio.
Mobilitätsversicherungen	1 059
Haushaltversicherungen	709
Personenversicherungen	459
Betriebsversicherungen (KMU)	414
Unternehmensversicherungen	237
Rechtsschutzversicherungen	115
Mietkautionsversicherungen	50
Leben	in CHF Mio.
Jahresprämien berufliche Vorsorge	239
Jahresprämien private Vorsorge	385
Einmalprämien berufliche Vorsorge	111
Einmalprämien private Vorsorge	26

 **Weiterführende Informationen:**
mobiliar.ch/finanzlage

Geschäftsfortführung und Ereignismanagement

Mit dem Krisen- und Business Continuity Management ist die Gruppe Mobiliar darauf vorbereitet, die Geschäftsaktivitäten auch unter aussergewöhnlichen Umständen weiterzuführen und die Folgen schwerwiegender Beeinträchtigungen zu begrenzen. Regelmässig werden Krisenstabs- und Notfalleinsätze sowie Gebäude-Evakuationen geübt.

Regulatory Affairs

2018 hat die Mobiliar die Funktion «Regulatory Affairs» geschaffen. Diese dient als zentraler Ansprechpartner für die Aufsichtsbehörden (Versicherungsgruppe und Einzelgesellschaften) und als interne Anlaufstelle für aufsichtsrechtliche Themen. Zu den Kernaufgaben gehören die Koordination der aufsichtsrechtlichen Themen innerhalb der Gruppe sowie die Verfolgung und Analyse regulatorischer Neuerungen. Damit misst die Mobiliar auch der Reputation gegenüber den Aufsichtsbehörden eine hohe Bedeutung bei.

Solvenzkapitalanforderung

Die Mobiliar verwendet für Solvenzzwecke ein von der FINMA genehmigtes konsolidiertes Gruppenmodell, das die Schweizerische Mobiliar Holding AG und alle von ihr direkt oder indirekt gehaltenen Beteiligungen berücksichtigt. Minderheitsbeteiligungen und assoziierte Organisationen werden im konsolidierten Gruppen-SST als Beteiligungsrisiken berücksichtigt.

Der SST-Quotient, ausgedrückt als das Verhältnis von Net Asset Value zu Solvenzkapitalanforderung (Solvency Capital Requirement, SCR), beträgt 594 %. Der Net Asset Value beläuft sich dabei auf CHF 8925 Mio. Wie die Grafik zeigt, ist das Marktrisiko mit CHF 1354 Mio. der grösste Risikotreiber des SCR.

Ein System mit Interventionsgrenzen vergleicht periodisch den Kapitalbedarf mit der Kapitalausstattung für die Gruppe und die einzelnen Versicherungsgesellschaften. Zudem sorgt es dafür, dass frühzeitig Massnahmen eingeleitet werden können, um allfällige Unterdeckungen zu verhindern. Die aktuellen Komponenten zur Solvenzkapitalanforderung der Gruppe sind in der unten stehenden Grafik dargestellt.

Absicherungsinstrumente

Aufgrund der hervorragenden Risikokapitalausstattung stehen nicht Instrumente zum Ersatz des Risikokapitals im Vordergrund. Unsere Absicherungsmassnahmen zielen auf die Begrenzung der Auswirkungen von Extremereignissen und damit insbesondere auf die Reduktion der Ertragsvolatilität ab. Mittels Rückversicherung schützen wir uns insbesondere gegen mögliche Verluste als Folge grosser Elementarschaden- oder Erdbebenereignisse. Gegen Währungsverluste wappnen wir uns mit der strategischen Absicherung von Fremdwährungsrisiken auf Nominalwertanlagen. Zudem setzen wir derivative Finanzinstrumente situativ zu Absicherungszwecken ein.

Solvenzkapitalanforderung

per 1.1.2019, in CHF Mio.

