

Gruppe Mobiliar

Geopolitisches und wirtschaftliches Umfeld	64
Gesamtergebnis	66
Nicht-Leben	69
Leben	75
Asset Management	80
Die Marke Mobiliar	85
Risk Management	92

Geopolitisches und wirtschaftliches Umfeld

Im Frühjahr 2022 verlor die Covid-19-Pandemie im Westen zunehmend an Bedeutung. Der Krieg in der Ukraine, die straffere Zinspolitik zur Bekämpfung der hartnäckigen Inflation und in der Folge stark rückläufige Aktienkurse stellten die Wirtschaft nach zwei Pandemie Jahren vor neue Herausforderungen. 2022 wurde zu einem historisch schlechten Anlagejahr.

Der Anfang des Berichtsjahres war noch immer geprägt von Corona. Nach einem letzten Anstieg der Fallzahlen im ersten Quartal verlor die Covid-19-Pandemie jedoch im Westen zunehmend an Bedeutung, während Chinas Regierung an ihrer strengen Zero-Covid-Politik festhielt und dadurch eine wirtschaftliche Abschwächung in Kauf nahm. Die stark expansive Geldpolitik als Antwort auf die negativen wirtschaftlichen Auswirkungen der Pandemie hatte zu einer erhöhten Nachfrage nach Gütern und Dienstleistungen und damit zu steigenden Preisen geführt. Die Rohstoffpreise, die bereits durch die im Jahr 2021 hohe Wirtschaftsdynamik angekurbelt worden waren, wurden mit dem Krieg Russlands in der Ukraine und der Neuausrichtung der europäischen Energiepolitik nochmals angeheizt. Die Inflation als Folge dieser Entwicklungen wurde zum Treiber für das wirtschaftliche Umfeld.

Das Jahr 2022 war geprägt von einem deutlichen Anstieg der Inflation und auch der Nominalzinsen.

Die Inflation drückte auf die Konsumentenstimmung, und die Wirtschaftsleistung schwächelte in der zweiten Jahreshälfte. Im Kampf gegen die überraschend hartnäckige Inflation kamen die Zentralbanken unter Zugzwang. Daher drehten sie ihre Geldpolitik innert kürzester Zeit von expansiv zu restriktiv. Die Leitzinserhöhungen der Notenbanken führten zu einem der schnellsten Zinsanstiege in der Geschichte. Dabei hob auch die Schweizerische Nationalbank (SNB) die Leitzinsen deutlich an und beendete damit die Ära der Negativzinsen in der Schweiz.

	2022	2021
BIP: Relatives Wachstum zu Preisen des Vorjahres («real, inkl. Sportevents») ¹	2.1%	4.2%
Landesindex der Konsumentenpreise ¹	2.8%	0.6%

¹ Werte 2021: SECO, SNB. Prognose 2022: SECO vom 16.03.2023

Der geldpolitische Balanceakt zwischen Inflationsbekämpfung und Wirtschaftsabschwächung sorgte für eine hohe Volatilität an den Finanzmärkten. Zusätzlich volatilitätstreibend waren die geopolitischen Meldungen rund um den Krieg in der Ukraine oder die aufflammenden Spannungen um Taiwan. Immerhin führten volle Gas-Lagerbestände und die Erwartung auf einen milden Winter Ende 2022 zu einer Beruhigung der Energiepreise.

Die gestiegenen Zinsen führten zu einer Neubewertung der Anlageklassen, wodurch fast alle Anlageklassen im Berichtsjahr an Wert verloren. Anleihen und Aktien litten unter dem massiven Zinsanstieg, womit die klassische Diversifikation unter diesen Anlageklassen im Berichtsjahr nicht gegeben war. Ebenfalls unter den höheren Zinsen litten die Immobilien. Demgegenüber konnte sich Gold der negativen Entwicklung teilweise entziehen und trotz steigender Realzinsen von der Unsicherheit profitieren. Das vergangene Jahr wird als ein historisch negatives Anlagejahr in Erinnerung bleiben.

Aktienmarktverlauf 2022

in Lokalwährung, Performance indexiert



Gesamtergebnis

Die Gruppe Mobiliar ist weiterhin auf Wachstumskurs. Mit einem Gewinn von CHF 311.0 Mio. blieben wir jedoch hinter dem Ergebnis des Vorjahres zurück, was vor allem auf den Rückgang des finanziellen Ergebnisses in einem schwierigen Anlageumfeld zurückzuführen ist.

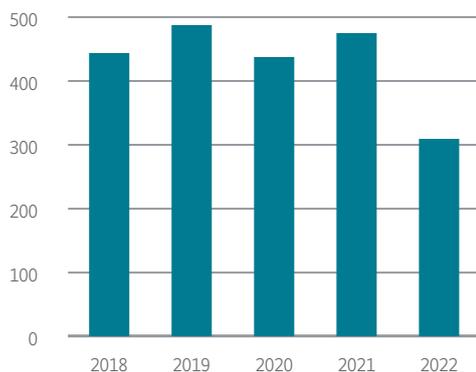
Die Konsolidierung für das Geschäftsjahr 2022 erfolgte unverändert zu den Vorjahren auf Stufe der Schweizerischen Mobiliar Holding AG. Die Holding ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der Schweizerischen Mobiliar Genossenschaft. Dieser Bericht bezieht sich auf die Kennzahlen sowie auf die Konzernrechnung.

Jahresergebnis

Die Mobiliar weist für das Geschäftsjahr 2022 einen konsolidierten Gewinn von CHF 311.0 Mio. (Vorjahr CHF 474.9 Mio.) aus. Das Nicht-Lebengeschäft leistete dabei einen Beitrag von CHF 287.5 Mio. (Vorjahr CHF 453.5 Mio.) und das Lebengeschäft von CHF 31.0 Mio. (Vorjahr CHF 33.9 Mio.). Das Segment andere Dienstleistungen, in welchem die versicherungsfremden Geschäfte ausgewiesen werden, verringerte das Ergebnis um CHF 7.4 Mio. (Vorjahresverlust CHF 12.4 Mio.).

Konsolidiertes Jahresergebnis

in CHF Mio.



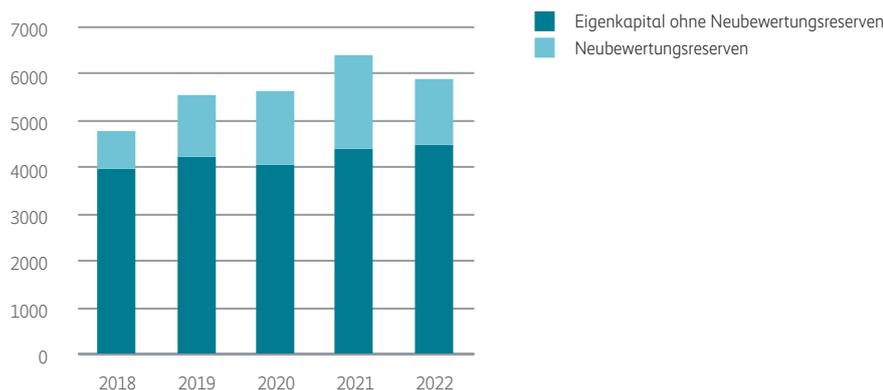
Eigenkapital und Bilanz

Das konsolidierte Eigenkapital reduzierte sich im Jahresvergleich um 8.2% auf CHF 5.881 Mia. Positiv auf das Eigenkapital wirkten sich neben dem Konzerngewinn auch die Veränderung der Minderheitsanteile (CHF 0.1 Mio.) sowie das erfolgswirksame Goodwillrecycling¹ (CHF 16.8 Mio.) aus. Zu einer Minderung führten demgegenüber die Gewinnverwendung von CHF 230.0 Mio. (Dividendenausschüttung von CHF 30.0 Mio. an die Mobiliar Genossenschaft und Zuweisung von CHF 200.0 Mio. an den Fonds für künftige Überschussbeteiligungen), die Verrechnung von Goodwill mit dem Eigenkapital (CHF 11.9 Mio.), die Neubewertung bisheriger Anteile am Nettovermögen beim Kontrollerwerb (CHF 0.3 Mio.), die Abnahme der Neubewertungsreserven (CHF 600.7 Mio.) sowie Fremdwährungsdifferenzen (CHF 7.2 Mio.).

¹Bei der Veräußerung einer Geschäftseinheit oder Anteilen davon wird verrechneter Goodwill über die Erfolgsrechnung rückgeführt.

Konsolidiertes Eigenkapital

per 31.12., in CHF Mio.



Die Eigenkapitalrendite belief sich auf 5.1% (Vorjahr 7.9%). Bei sämtlichen Versicherungsgesellschaften der Gruppe liegen die anrechenbaren Eigenmittel weit über den geforderten. Berechnet mit einem internen Modell nach SST-Prinzipien (Schweizer Solvenztest), beträgt der Quotient für die Gruppe 538%.

Die Bilanzsumme reduzierte sich im Vergleich zum 31. Dezember 2021 von CHF 22.093 Mia. auf CHF 21.721 Mia. 95.2% der Aktiven der Gruppe Mobiliar (Vorjahr 95.0%) sind in Kapitalanlagen investiert. Ein wesentlicher Teil der eigenen Kapitalanlagen (CHF 19.558 Mia.), nämlich CHF 7.323 Mia. (Vorjahr CHF 6.523 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 versicherungstechnischen Rückstellungen wurden nach bisheriger Praxis vorsichtig bewertet.

Finanzielles Ergebnis

Das finanzielle Ergebnis des Konzerns belief sich im Berichtsjahr auf CHF 183.6 Mio. (Vorjahr CHF 450.2 Mio.). Während 2021 noch von der Erholung der Börsen nach der Coronapandemie profitierte, wirkte sich im vergangenen Jahr die negative Marktentwicklung aufgrund geopolitischer Spannungen, Energiekrise und Inflation sowie die damit verbundenen Zinserhöhungen auf das Anlageergebnis aus.

Nicht-Leben

Die Bruttoprämien im Nicht-Lebengeschäft verzeichneten eine Zunahme von 4.0% auf CHF 3.580 Mia. Zum Wachstum führten wiederum in erster Linie höhere Produktionszahlen im Neugeschäft. Auch im Berichtsjahr belastete der Unwettersommer das zweite und dritte Quartal mit Schadenaufwendungen, die mit insgesamt CHF 110 Mio. jedoch unter den Aufwendungen des Vorjahres lagen. Das technische Ergebnis reduzierte sich von CHF 245.2 Mio. auf CHF 218.2 Mio., das finanzielle Ergebnis von CHF 267.6 Mio. auf CHF 118.4 Mio., was zu einem grossen Teil auf den massiven Rückgang an den Finanzmärkten zurückzuführen ist. Die Schadenbelastung belief sich auf 64.2% (Vorjahr 63.9%). Der Kostensatz erhöhte sich im Vergleich zur Vorjahresperiode von 27.0% auf 27.9%. Die Combined Ratio erhöhte sich leicht auf 93.5% (Vorjahr: 92.4%).

Leben

In der privaten Vorsorge setzten wir das Wachstum im Geschäft mit periodisch wiederkehrenden Prämien weiter fort. Dabei konnten wir das Prämienvolumen der fondsgebundenen Versicherungen erneut deutlich steigern. Insgesamt erhöhten sich die Bruttoprämien im Lebengeschäft im Vorjahresvergleich um 10.8% auf CHF 960.7 Mio. Analog dem Nicht-Lebengeschäft nahm das finanzielle Ergebnis massiv ab – von CHF 181.6 Mio. auf CHF 64.5 Mio.

Andere Dienstleistungen

Bei den anderen Dienstleistungen reduzierte sich das finanzielle Ergebnis von CHF 10.2 Mio. auf CHF 9.1 Mio. Das Segment wies einen Verlust von CHF 7.4 Mio. (Vorjahresverlust CHF 12.4 Mio.) aus.

Nicht-Leben

Mit einem Anstieg des Prämienvolumens von 4.0% wuchsen wir im Nicht-Lebengeschäft erneut stärker als der Markt, blieben jedoch unter dem hohen Vorjahreswachstum. Wiederum verzeichneten wir im Sommer überdurchschnittlich hohe Unwetterschäden, die aber nicht das Ausmass des Vorjahres erreichten.

Weiterführende Informationen:

[Geopolitisches und wirtschaftliches Umfeld](#)

Nachdem sich die Schweizer Wirtschaft im ersten Semester nach Aufhebung gesundheitspolitischer Massnahmen und einem Wiedererstarken des privaten Konsums weiter erholt hatte, schwächte sich die Entwicklung im zweiten Semester ab. Hauptgrund dafür war die tiefere Weltnachfrage in einem wirtschaftlichen Umfeld, das geprägt war vom Krieg in der Ukraine, der Energiekrise sowie der Erhöhung der Leitzinsen zur Bekämpfung der Inflation.

Positionierung und Marktanteile

Die Mobiliar behauptete sich trotz eines herausfordernden Umfelds im anhaltend kompetitiven Schweizer Versicherungsmarkt sehr erfolgreich. Sowohl unsere erstklassigen Produkte, unsere hohe Vertriebskraft und die flexible IT-Infrastruktur als auch die Motivation unserer Mitarbeitenden trugen dazu bei, unsere Position weiter zu stärken. Erneut konnten wir Marktanteile dazugewinnen. Um unseren erfolgreichen Weg nachhaltig weiter zu beschreiten, verbesserten und erneuerten wir auch im Berichtsjahr unsere Produkte und Prozesse kontinuierlich.

Weiterführende Informationen:

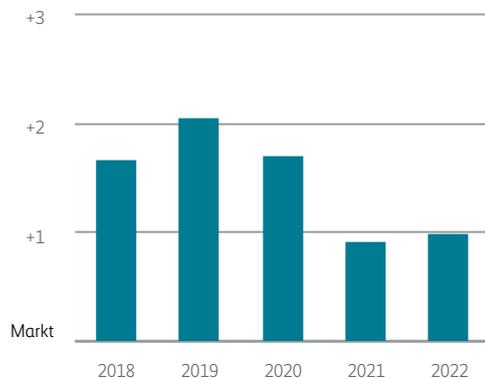
[Kennzahlen zur konsolidierten Jahresrechnung](#)

Wir erreichten 2022 ein erfreuliches Prämienwachstum von 4.0% , blieben aber hinter dem hohen Vorjahreswachstum (4.5%) zurück. Damit sind wir erneut stärker als der Gesamtmarkt gewachsen. Gemäss Prämienreporting des Schweizerischen Versicherungsverbandes (SVV) konnten wir unseren Marktanteil weiter steigern auf 20.3%. Den höchsten Anteil am Wachstum erzielten wir unverändert mit dem Neugeschäft. Im aktuellen Marktumfeld fallen aber auch zunehmend die Mehrprämien im Ersatzgeschäft ins Gewicht. Die Austrittsquote lag leicht über dem Vorjahr.

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

Wachstum relativ zum Markt

Nicht-Lebengeschäft, ohne aktive Rückversicherung
(Differenz in Prozentpunkten)



Markt (Basis: Prämienreporting SVV; angepasst für die Jahre 2019 und 2020)

Weiterführende Informationen:
[Philosophie](#)

Gründe für den Erfolg

Verlässlichkeit, Beständigkeit und lokale Präsenz der genossenschaftlich verankerten Mobiliar bilden die Grundlage für die anhaltend gute Prämienentwicklung sowie die ausgezeichnete Marktpositionierung. Unsere Kundinnen und Kunden schätzen die umfassende und persönliche Beratung bei der Mobiliar. Wir dürfen dabei auf unsere motivierten und gut ausgebildeten Mitarbeitenden mit ihren grossen Kompetenzen in Beratung und Schadenabwicklung zählen.

Dass die Mobiliar eine attraktive Arbeitgeberin ist, trägt massgeblich zu ihrem Erfolg bei; dies wird auch im Markt wahrgenommen: Die Mobiliar gehört gemäss einer Umfrage der Handelszeitung für das Jahr 2022 zu den beliebtesten Arbeitgebern der Schweiz. Generell erhielten bei der Punktvergabe diejenigen Unternehmen die höchsten Werte, bei denen die virtuelle Zusammenarbeit professionell, technisch gekonnt und nachhaltig gestaltet ist.

Ein weiterer Erfolgsfaktor sind die hohen Sympathiewerte der Marke Mobiliar. Gemäss GfK Business Reflector, der jährlich die renommiertesten Unternehmen und Non-Profit-Organisationen der Schweiz ermittelt, war die Mobiliar im Berichtsjahr mit dem neunten Platz erneut unter den Top Ten – unter den Privatversicherungen hat die Mobiliar den besten Ruf. Dies bestätigt auch eine von der SonntagsZeitung breit angelegte Umfrage zu den besten Versicherungen. Dabei belegen wir in den vier Kategorien Hausrat, Privathaftpflicht, Autoversicherung und Tier-Krankenversicherung jeweils den Spitzenplatz.

Die Mobiliar entwickelt ihre Produkte und Serviceleistungen laufend weiter, um damit die Kundenerwartungen zu übertreffen.

Wir sind sehr darauf bedacht, unsere Produkte und Serviceleistungen laufend weiterzuentwickeln. Damit wollen wir die Kundenerwartungen nicht nur erfüllen, sondern

übertreffen – und dies bei stets optimalem Preis-Leistungs-Verhältnis. Unsere leistungsfähigen Produktentwicklungs-, Tarifierungs- und Vertragsführungssysteme tragen massgeblich dazu bei, unsere Deckungen und Tarife rasch und differenziert an veränderte Marktgegebenheiten anpassen zu können.

Geschäftsfelder und Produkte

Alle strategischen Geschäftsfelder trugen zum Wachstum bei. Im Segment Privatpersonen verzeichneten wir ein erfreuliches Wachstum in den Geschäftsfeldern Haushalt, Rechtsschutz und Mobilität. Dieses stammt wie bisher hauptsächlich aus den Neugeschäften. Bei den Haushaltversicherungen übertrafen wir sogar das hohe Vorjahreswachstum, hingegen fiel das Wachstum bei den Mobilitätsversicherungen tiefer aus. Grund dafür waren pandemiebedingte Nachholeffekte im Vorjahr. Die Mietkautionsversicherungen blieben hinter dem Vorjahreswachstum zurück – 2021 wirkte ein Sonderrabatt zum 30-Jahr-Jubiläum von SwissCaution stimulierend.

Im Segment der Unternehmenskunden stammte der grösste Anteil des Prämienzuwachses unverändert aus den Personenversicherungen. Weil aber der Fokus auf der Verbesserung der Portfeuille-Qualität lag, fiel das Wachstum – im Gegensatz zur Profitabilität – plangemäss tiefer aus. Im Ersatzgeschäft verzeichneten wir jedoch eine sehr erfreuliche Entwicklung. Weiter steigern konnten wir das Wachstum mit den Betriebsversicherungen für KMU sowie den Angeboten für mittlere und grössere Unternehmen: Die Abschlüsse von Neu- und auch von Ersatzgeschäften lagen in beiden Geschäftsfeldern über den bereits starken Vorjahreszahlen. Im Berichtsjahr trug auch das Marktumfeld zum Wachstum bei: Die Verknappung von Versicherungskapazitäten im Segment der Unternehmenskunden führte zu steigenden Durchschnittsprämien. Die Austrittsquote war im Geschäft mit mittleren und grösseren Unternehmen tiefer, während sie bei den Betriebsversicherungen für KMU leicht anstieg.

Portfeuille nach Geschäftsfeld



Auszahlungen aus dem Überschussfonds der Versicherten

Die Mobiliar teilt ihren wirtschaftlichen Erfolg auch dieses Jahr mit ihren Versicherten. Zwischen Juli 2022 und Juni 2023 fliessen insgesamt CHF 180 Mio. aus dem Überschussfonds zurück an unsere Kundinnen und Kunden. Dabei profitieren sie von einer Prämienreduktion von 10% auf Fahrzeug- und Betriebsversicherungen und von 20% auf Reiseversicherungen.

Innovationen und Prozessoptimierungen

Wir wollen unseren Kundinnen und Kunden erstklassige Produkte mit einem optimalen Preis-Leistungs-Verhältnis anbieten. Versicherungen sind keine physischen Produkte, sondern Leistungsversprechen für die Zukunft. Um diesem Anspruch auch weiterhin gerecht zu werden, überarbeiten und entwickeln wir unsere Produkte und Serviceleistungen laufend weiter. Auf Basis von Marktvergleichen und unter Einbezug von Kundenbedürfnissen überprüfen wir die Positionierung unserer Produkte regelmässig und passen bei Bedarf zeitnah die Produkt- und Tarifgestaltung an.

Weiterführende Informationen:

[Strategische Geschäftsentwicklung](#)

Digitale Transformation

Die digitale Transformation der Mobiliar bleibt ein hoch priorisiertes Thema. Im Mittelpunkt stehen die Erneuerung der gesamten Nicht-Leben-Produktpalette, das Ablösen von Altsystemen und die Modernisierung der Nahtstellen zu unseren Kundinnen und Kunden. Im Rahmen der vollständigen Modernisierung der Rechtsschutz-Produktpalette der Protekta arbeiteten wir 2022 an den Versicherungen für Unternehmen. Parallel dazu trieben wir in einer ersten Etappe der Erneuerung unserer Betriebs- und Gebäudeversicherung für KMU die Arbeiten für die Event- und Cyberversicherung voran. Nach umfangreichen technischen Aktualisierungsarbeiten an unserer Schadenplattform Mobiliar Claims System (MCS) ist die Umsetzung angelaufen, um auch die Bearbeitung von Unfall- und Krankenschäden auf MCS zu überführen. Dies stellt einen weiteren Schritt in der Modernisierung des Schadenprozesses dar und leistet einen wichtigen Beitrag zur Ablösung unserer Altsysteme.

Weiterentwicklung der Cyberangebote

Privat und beruflich erleichtert uns die Digitalisierung den Alltag, doch sie fordert auch ihren Preis: Die Cyberkriminalität nimmt zu. Die Entwicklungsspirale von neuen Angriffstaktiken und deren Abwehr dreht immer schneller. Je weniger ein Unternehmen geschützt ist, desto schneller wird es zum Opfer von Cyberkriminellen. Während sich in Grossbetrieben Teams von Spezialistinnen und Spezialisten mit der Abwehr von Cyberattacken beschäftigen, sind kleine und mittlere Unternehmen für Hacker oft leichte Beute. Gemäss der Studie «Homeoffice und Cybersicherheit in Schweizer KMU» wurde jedes dritte KMU bereits Opfer eines Cyberangriffs. Die Frage ist also nicht mehr ob, sondern wann ein Unternehmen angegriffen wird.

2022 erweiterten wir daher unser bisheriges Cyberschutzangebot für Unternehmen. Neben der Cyberversicherung und dem Sensibilisierungstraining für Mitarbeitende bieten wir einen für die Schweiz neuartigen Service für KMU an: Der [Cyber RedBox-Schwachstellen-Scan](#) ist ein digitaler Service, mit dem KMU die Sicherheit ihrer IT-Infrastruktur permanent überwachen und kontinuierlich verbessern können. Die RedBox scannt täglich die IT-Infrastruktur der Kundinnen und Kunden und spürt Sicherheitslücken auf, welche ein Hacker ausnützen könnte. In einem Online-Portal werden die identifizierten Schwachstellen kategorisiert und nach Schweregrad priorisiert angezeigt. Handlungsempfehlungen machen es dem Unternehmen und seinen internen oder externen IT-Fachleuten leicht, in der richtigen Reihenfolge Massnahmen zu ergreifen, um das Unternehmen besser vor Cyberattacken zu schützen. War ein professionelles Cyber-Risikomanagement bisher nur Unternehmen mit entsprechenden personellen und finanziellen Ressourcen möglich, so können nun auch KMU dank der RedBox den Cyberschutz in die eigenen Hände nehmen und ihre IT-Infrastruktur laufend auf einem professionellen Niveau überwachen.

Auch die Versicherungsbranche hat den neuartigen Service der Mobiliar positiv aufgenommen: Bei der Verleihung des 24. Innovationspreises der Schweizer Assekuranz wurde die RedBox mit dem dritten Rang ausgezeichnet – wobei die Mobiliar als einzige Versicherungsgesellschaft prämiert wurde.

Die verhaltensökonomische Studie von FehrAdvice & Partners AG bestätigt, dass die Mobiliar unter den Versicherern das höchste Vertrauen im Kontext Cyber genießt und es in den letzten drei Jahren weiter ausgebaut hat: Demnach werden wir als kompetente Dienstleisterin im Thema Cyber bei Privatpersonen und KMU wahrgenommen, welche zudem die Öffentlichkeit im Umgang mit Cyberisiken sensibilisiert.

Weiterführende Informationen:

[Prävention und Natur](#)

Hochwasserschutz

Die Mobiliar hat sich auch im Berichtsjahr für den Hochwasserschutz engagiert: Anfang Juni wurde das am Mobiliar Lab für Naturrisiken der Universität Bern entwickelte neue Tool [Hochwasserdynamik](#) offiziell in Betrieb genommen. Ferner stattete die Mobiliar im Berichtsjahr weitere fünf besonders hochwassergefährdete Gemeinden mit einem mobilen Hochwasserschutzcontainer aus.

Modernisierung Motorfahrzeugschaden-Prozess

Um den gesamten Schadenprozess im Motorfahrzeugbereich für Kundinnen und Kunden sowie Schadenmitarbeitende zu vereinfachen, wollen wir modernste Instrumente mit künstlicher Intelligenz (KI) kombinieren. Nachdem wir im Vorjahr die sogenannte MF-Schadenmaske zur Ablösung des bisherigen Schadenbeschreibs einführten, folgte Anfang April mit der Implementierung der Branchenplattform «e-Service» der zweite von vier Teilschritten. Diese elektronische Kommunikationsplattform zwischen Mobiliar und Reparaturbetrieben ermöglicht uns, digital und zentral an einem Ort Daten und Dokumente zu Schadenfällen auszutauschen. Weitere Effizienz- und Qualitätsverbesserungen bei der Ermittlung der Schadenhöhe erwarten wir von der Umsetzung der Bilderkennung mit Einsatz von KI. Dieses Projekt befindet sich zurzeit in der Pilotphase. Parallel dazu arbeiten wir an einem Regelwerk zur Steuerung der Aufträge für eine Fahrzeugexpertise.

Wetterversicherung

Die neue [Wetterversicherung](#) versichert verschiedene Ackerlandkulturen gegen Wettergefahren wie Hagel, Trockenheit, Frost oder Staunässe. Die Schadenhöhe wird auf der Basis des entgangenen Ernteertrags berechnet. Im September wurde mit einzelnen Generalagenturen im Rahmen des laufenden Pilotbetriebs die nächste Phase zur Optimierung des Produkts und der Schadenprozesse eingeleitet.

Neuer Versicherungsbaustein in der Mobilität

In der Motorfahrzeugversicherung können seit April dieses Jahres zusätzlich zur Vollkasko-Deckung auch Elektroladestationen gegen Beschädigung und Zerstörung mitversichert werden. Dieser Baustein schliesst eine Lücke, da bis anhin Elektroladestationen nur über die Haushalt- und Gebäudeversicherung versicherbar waren.

Ein ereignisreiches Jahr für Mobi24

2022 war ein bewegtes Jahr für Mobi24. Anfang Juni konnte sie die neuen Büroräumlichkeiten im zweiten Stock an der Bundesgasse in Bern beziehen. Kurz darauf

wurde die Marke von einer Million Falleröffnungen geknackt, und im Oktober konnte das 25-jährige Bestehen gefeiert werden.

Die sich ändernden Kundenbedürfnisse treiben die Weiterentwicklung bei Mobi24 an. Dazu gehört die E-Mail-Triage basierend auf künstlicher Intelligenz, die Anfang Juni eingeführt wurde. Monatlich werden mehr als 2000 Mails automatisch triagiert und weitergeleitet. Im zweiten Halbjahr baute Mobi24 den digitalen Kundensupport mit den Services «Cyber-RedBox» und «Meine Reise» aus. Die Selfservice-Fahrzeug-Assistance Leo wickelt dank Optimierungen bereits rund 10% der infrage kommenden Fahrzeug-Assistance-Fälle ab, davon mehr als 50% vollautomatisch.

Um den Unternehmenserfolg nachhaltig sicherzustellen sowie die Unternehmenskultur weiter zu stärken, hat Mobi24 2022 ein Kulturentwicklungsprogramm gestartet. Erste Ergebnisse sind erfreulich: Ein externes Assessment bestätigt gesunde Unternehmenswerte, und dank erster Massnahmen liessen sich Zusammenarbeit und Mitarbeitendenzufriedenheit noch weiter verbessern. Zusätzlich wurde im Rahmen eines Organisationsentwicklungsprojekts die Kooperation der beiden operativen Einheiten Assistance und Contact Center weiter gestärkt. Im Berichtsjahr konnten wir mit dem Intraday Management, welches uns ermöglicht, die eingehenden Anrufe auf die beiden operativen Einheiten Assistance und Contact Center optimal zu verteilen, die Erreichbarkeit von Mobi24 verbessern.

Im Berichtsjahr erreichte die Zahl der Assistance-Fälle das Niveau von vor der Corona-Pandemie beziehungsweise übertraf dieses zum Teil. Gegenüber dem Vorjahr betrug der Anstieg bei der Fahrzeugassistance 6%, bei der Personenassistance gar 45%.

Das Contact Center von Mobi24 ist nicht nur für unsere Kundinnen und Kunden wichtig, sondern auch für unsere Generalagenturen. Ausserhalb ihrer Öffnungszeiten übernimmt dieses die Offerten von Mobiliar Produkten, nimmt Schäden auf und bearbeitet diese. Insgesamt führte das Contact Center 37% mehr Tätigkeiten im Bereich Kundensupport aus als im vorangegangenen Berichtsjahr.

Schadenverlauf

Erneut verzeichneten wir im Sommer überdurchschnittlich hohe Unwetterschäden, welche aber nicht das ausserordentliche Ausmass des Vorjahres erreichten. In den Monaten Juni, Juli und September ereigneten sich sechs grosse Unwetterereignisse mit einem Schadenaufwand in der Höhe von rund CHF 110 Mio. Dabei entfielen knapp CHF 100 Mio. auf Hagelschäden. Zudem stellten wir insbesondere in den Sachbranchen gestiegene Reparaturkosten fest, auch aufgrund der gestiegenen Inflation. Damit resultierte wiederum eine überdurchschnittliche Schadenbelastung von 64.2%, die leicht höher ausfiel als im Vorjahr (63.9%).

Weiterführende Informationen:

[Übersicht der Tochtergesellschaften und Beteiligungen](#)

Tochtergesellschaften und Beteiligungen

Die Mobiliar hat über die letzten Jahre ihre strategischen Beteiligungen und Tochtergesellschaften ausgebaut. Durch Übernahmen und Beteiligungen investiert die Mobiliar in die Entwicklung und in das Wachstum des Unternehmens.

Leben

Das Lebensversicherungsgeschäft der Mobiliar wächst kontinuierlich – sowohl in der privaten als auch in der beruflichen Vorsorge. Wesentlicher Wachstumsimpuls im Berichtsjahr war für beide Geschäftsbereiche das Neugeschäft.

Weiterführende Informationen:

[Geopolitisches und wirtschaftliches Umfeld](#)

Nach einer letzten Zunahme der Fallzahlen rückte die Covid-19-Pandemie im ersten Quartal des Berichtsjahrs in den Hintergrund. Wer Normalität erwartete, wurde indes schnell enttäuscht: Grund dafür waren die geopolitischen Spannungen in der Ukraine, eine hohe Inflation und in der Folge eine straffere Geldpolitik. Der massive Rückgang an den Finanzmärkten in der zweiten Hälfte des Berichtsjahres beeinflusste auch das Ergebnis der Schweizerischen Mobiliar Lebensversicherungs-Gesellschaft. Trotz dieses herausfordernden Marktumfelds ist unser Prämienvolumen weiter gewachsen. Das neue Umfeld einer weniger expansiven Geldpolitik wird aller Voraussicht nach noch bestehen bleiben. Umso wichtiger ist es, dass wir mit unseren Produkten mit periodischen Prämien, aber auch mit unseren Einmaleinlageprodukten gut positioniert sind.

Weiterführende Informationen:

[Kennzahlen zur konsolidierten Jahresrechnung](#)

Positionierung und Marktanteile

Das Lebensversicherungsgeschäft der Mobiliar wächst kontinuierlich – sowohl in der privaten als auch in der beruflichen Vorsorge: Im Vergleich zum Vorjahr fiel das Prämienvolumen 10.8% höher aus.

Im Segment der privaten Vorsorge fokussieren wir weiterhin auf ein nachhaltiges Wachstum. Dazu tragen eine breite Produktpalette mit kompetitiven Tarifen und die Diversifizierung unseres Prämienwachstums mit attraktiven Einmaleinlage-Produkten bei. In der Folge wuchsen wir in diesem Segment um 16.6%. Die Produkte im Spargeschäft mit periodischen Prämien erfreuten sich nach wie vor grosser Beliebtheit. Aus diesem Grund konnten wir unseren Marktanteil im Neugeschäft auf einem hohen Niveau halten. Insgesamt konnten wir unseren Marktanteil für das gesamte Geschäft der privaten Vorsorge bei den wiederkehrenden Prämien per Ende 2022 auf 8.0% steigern.

Im Segment der beruflichen Vorsorge haben wir mit attraktiven Tarifen unsere Stellung im Markt der kollektiven Risikoversicherung von Pensionskassen verteidigt und ausgebaut. Die noch junge Mobiliar Vorsorgestiftung war das erste Jahr auf dem Markt der Sammelstiftungen tätig.

Weiterführende Informationen:

[Überschussbeteiligung im Lebensversicherungsgeschäft](#)

Gründe für den Erfolg

Unsere Angebotspalette für Privatpersonen ist solide und einfach verständlich. Das überzeugt unsere Kundinnen und Kunden und ermöglicht uns, massgeschneiderte Versicherungslösungen für alle Zielgruppen anzubieten. Die Mobiliar verfügt über eine starke

Reputation und ist, dank ihrer dezentralen Organisation und ihrer Partnerschaften, stark im Finanzmarkt verankert. Darüber hinaus bietet die grosse Kundenbasis im Nicht-Lebengeschäft auch für das Lebengeschäft zusätzliches Wachstumspotenzial. Zudem sind die Expertise unserer Mitarbeitenden, die langjährige Erfahrung als führendes Unternehmen im Versicherungsmarkt sowie die hohe Qualität und Kundenorientierung im Leistungsmanagement entscheidend für unseren Erfolg.

Überschüsse für die Kunden

Polizen in der privaten und in der beruflichen Vorsorge sind grundsätzlich überschussberechtigigt. Überschüsse können durch Kosten-, Risiko- und Spargewinne entstehen. Entsprechend wurden für das Jahr 2022 in der privaten Vorsorge CHF 17.9 Mio. und in der beruflichen Vorsorge CHF 1.2 Mio. den massgebenden Überschussfonds zugewiesen. In der beruflichen Vorsorge, welche der Mindestquote (90%) unterliegt, gaben wir 100% in Form von Renten, Kapitalleistungen, Überschusszuweisungen und Rückstellungen an die Vorsorgeeinrichtungen zurück.

Private Vorsorge

Das Prämienvolumen in der privaten Vorsorge fiel im Vergleich zum Vorjahr insgesamt höher aus und ist breit abgestützt. Sowohl bei den Einmalprämien als auch bei den wiederkehrenden Prämien (6.1%) sind wir gewachsen. Dies ist vor allem auf das Neugeschäftsvolumen zurückzuführen, welches in beiden Prämienkategorien über dem Vorjahresniveau lag.

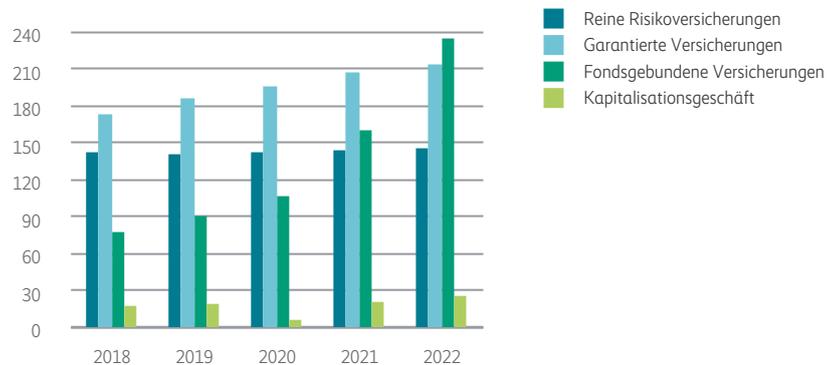
Mit unserem Produkt Mobiliar One Invest haben wir einen weiteren Baustein in unserer Produktpalette, der es uns ermöglicht, flexibel auf die sich verändernden Marktbedingungen und Kundenbedürfnisse reagieren zu können.

Der Absatz der Risiko-Erwerbsunfähigkeitsversicherungen übertraf das Vorjahresniveau deutlich. Der Absatz der Risiko-Todesfallversicherungen verlief gut, nahm aber im Vergleich zum Vorjahr nicht zu.

Die wandelbare Sparversicherung, die flexibles Sparen mit Anlagemöglichkeiten und attraktiven Renditechancen vereint, erfreut sich nach wie vor grosser Beliebtheit. Bei der vorausschauenden Sparversicherung kam zum ersten Mal der Glättungsmechanismus durch die Mobiliar Reserve zum Tragen – damit steht die Mobiliar ihren Kundinnen und Kunden in einem schwierigen Finanzmarktumfeld zur Seite. Die beiden Produkte entsprechen den unterschiedlichen Bedürfnissen unserer Kundinnen und Kunden und bieten eine attraktive Vorsorgelösung für die dritte Säule.

Das Geschäft mit Einmalprämien verlief sehr erfolgreich. Die Nachfrage nach den Mobiliar One Invest Tranchen war ausserordentlich hoch: Die Herbst-Tranche war innert 48 Stunden ausverkauft. Insgesamt platzierten wir dieses Jahr zwei Tranchen mit jeweils höheren Volumina als im Vorjahr. Ebenso wuchs der Absatz des Auszahlungsplans. Neben produktspezifischen Verbesserungen profitieren unsere Kundinnen und Kunden bei diesen Produkten zusätzlich von den steigenden Zinsen.

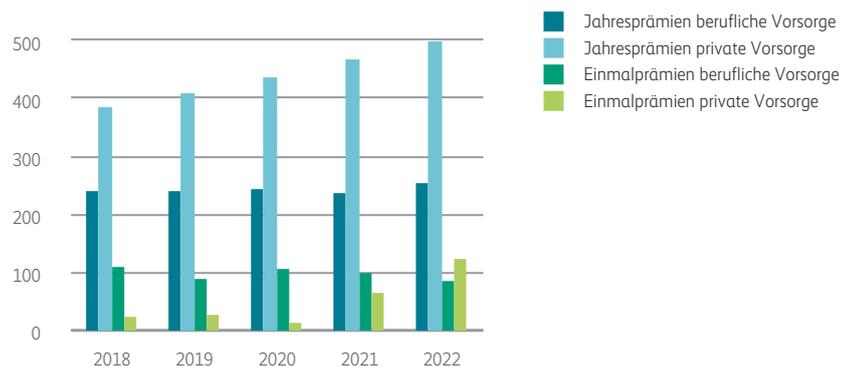
Bruttoprämien private Vorsorge
in CHF Mio.



Berufliche Vorsorge

Im stark umkämpften Rückversicherungsmarkt von Vorsorgeeinrichtungen erzielten wir im Berichtsjahr ein Prämienwachstum von 1.7%. Dies ist vor allem auf den Zugewinn im Neugeschäft zurückzuführen, aber auch auf die hohe Erneuerungsquote von Bestandskunden. Im Vergleich zur Vorjahresperiode führte dies zu einem erfreulichen Anstieg des Volumens bei den jährlich wiederkehrenden Prämien. Beim Geschäft mit Einmalprämien verzeichneten wir einen Rückgang, was auf eine Risikoreduktion im Bereich der Produkte mit Altersleistungen zurückzuführen ist.

Bruttoprämien private und berufliche Vorsorge
in CHF Mio.



Die Mobiliar Vorsorgestiftung konzentrierte sich im Berichtsjahr auf die Erneuerung des Bestandsgeschäfts und die Kundenbindung. Knapp der Hälfte des Portfolios unterbreiteten wir eine Offerte, mit dem Ziel, auf die aktuellen Vertragsbedingungen umzustellen. Im Neugeschäft fokussierten wir auf die Gewinnung von kleinen und mittelgrossen Unternehmen. Unterstützt wurden wir dabei durch ein neues Offert-Tool, welches den

Generalagenturen mehr Selbstständigkeit in der Gewinnung neuer Kunden ermöglicht. Inzwischen arbeiten die meisten Generalagenturen mit diesem System.

Vertriebskanäle

In der privaten Vorsorge erzielten unsere Generalagenturen ein erfreuliches Neugeschäftsvolumen. Analog zu den Vorjahren leisteten sie damit den grössten Beitrag zur Volumensteigerung.

Die Partnerschaft mit Raiffeisen verlief auch im zweiten Jahr sehr gut. Unsere breite Produktpalette sowohl für Risikoversicherungen als auch für Sparversicherungen (Produkte mit wiederkehrenden Prämien und mit Einmalprämien) bietet den Banken einen attraktiven Mehrwert für ihre Kundinnen und Kunden.



Biometrische Risikodeckung

Erbringt Leistung (oder ein Ersatzeinkommen) infolge Erwerbsunfähigkeit oder Todesfall

Die bereits 2017 lancierte Kooperation mit verschiedenen Kantonalbanken entwickelt sich kontinuierlich. Das Angebot umfasst biometrische Risikodeckungen im Zusammenhang mit Hypotheken.

Produkte und Innovationen

Weiterentwicklung innovativer Produkte in der Risikoversicherung

Im ersten Halbjahr passten wir die Tarife bei den Risikoprodukten an. Damit erhalten wir die Wettbewerbsfähigkeit unserer Produkte in einem anspruchsvollen Markt.

Vorsorge Schnellrechner

Im Rahmen der Kooperation mit Raiffeisen entwickelten wir einen Vorsorge Schnellrechner, um unsere Kundinnen und Kunden gezielt in der Auswahl einer passenden Vorsorgelösung zu unterstützen. Zudem vereinfacht das Tool die Beratungsprozesse unserer Mitarbeitenden im Verkauf.

Leistungen

Die Aufwendungen für Invaliditäts- und Todesfälle in der Vorsorge waren insgesamt höher als im Vorjahr. In der privaten Vorsorge nahm der Aufwand für Invaliditätsfälle zu. In der beruflichen Vorsorge verzeichneten wir bei den Aufwänden für Todesfälle im Berichtsjahr vereinzelt Fälle mit höheren Schadensummen. In der Invalidität war der Aufwand über dem Vorjahresniveau, vor allem wegen des anhaltenden Bestands an provisorischen Fällen in der beruflichen Vorsorge. Der Abbau der provisorischen Fälle verläuft insgesamt langsamer als erwartet, was auf die Verzögerung bei Entscheiden der Invalidenversicherung zurückzuführen ist. Beim Abschluss älterer Fälle beobachteten wir eine leichte Zunahme.

Trianon

Der Geschäftsverlauf von Trianon lag 2022 insgesamt über dem Vorjahr. Dies ist hauptsächlich auf die bessere Entwicklung der Stiftung FCT Fondation Collective Trianon und die Wiederaufnahme der Verkaufsaktivitäten der Mobiliar Vorsorgestiftung zurückzuführen.



FIDLEG

Das FIDLEG enthält für alle Finanzdienstleister Regeln über die Erbringung von Finanzdienstleistungen sowie das Anbieten von Finanzinstrumenten und erleichtert es Kundinnen und Kunden, ihre Ansprüche gegenüber Finanzdienstleistern durchzusetzen.

Im Laufe des Jahres wurden zahlreiche Projekte initiiert. Unter anderem ging Trianon eine nicht-exklusive Partnerschaft mit dem Versicherungsbroker Kessler ein, um die Dienstleistungen im Bereich HR-Services (Fokus auf Schaden- und Absenzenmanagement) auszubauen. Im Mai 2022 erfuhr die Marke Trianon ein Brand-Refresh und verfügt nun über einen frischen, modernen und zeitgemässen Marktauftritt. Schliesslich beantragten wir für Trianon eine Lizenz als Dienstleister in der Vermögensverwaltung. Über die Sommermonate bereiteten wir die dafür notwendige Konformität mit dem Bundesgesetz über die Finanzdienstleistungen (FIDLEG) vor. Das Online-Portal der Pensionskasse (Employee Benefit Center) haben wir überarbeitet und vereinfacht. Neu können die Nutzerinnen und Nutzer auf das Kontokorrent und ihre Rechnungen zugreifen sowie eine Übersicht über die Mitarbeitenden und eine vereinfachte Mutationsmeldung erstellen.

Asset Management

Der Krieg in der Ukraine setzte der wirtschaftlichen Erholung nach der Pandemie ein abruptes Ende. Dies und die Erhöhung der Leitzinsen zur Bekämpfung der Inflation führten zu grossen Verwerfungen an den Märkten, welche sich auch auf das finanzielle Ergebnis der Mobiliar auswirkten.

Anlagestrategie und Anlageergebnis

Das Anlagejahr 2022 verlief für Bondinvestoren äusserst negativ, da die Zinsen aufgrund der überraschend hohen Inflation markant anstiegen. Die Inflationsdynamik wurde zusätzlich durch den Krieg in der Ukraine angeheizt. Um die Lohn-Preis-Spirale zu brechen und die Inflation zu bekämpfen, erhöhten die Notenbanken weltweit ihre Leitzinsen zügig, weshalb die 10-Jahres-Zinsen auf Schweizer Staatsanleihen im Jahresverlauf insgesamt um rund 1.5 Prozentpunkte anstiegen, während in den USA gar ein Anstieg von rund 2.4 Prozentpunkten zu verzeichnen war. Die Risikoprämien für Unternehmensanleihen begannen sich bereits Anfang Jahr auszuweiten. Mit dem Angriff von Russland auf die Ukraine erhöhten sich die Kreditprämien weiter und zu Beginn der Invasion stürzten russische Emittenten und Schuldner mit Bezug zu Russland an den Kreditmärkten regelrecht ab. Aufgrund unseres Fokus auf die Schweiz sowie einer stringenten Titelselektion blieben unsere Portfolios von einer starken Ausweitung der Kreditrisikoprämien jedoch weitestgehend verschont. Mit dem Beginn der Invasion wurde ferner eine Flucht in sichere Häfen ausgelöst. Im Anleihenmarkt waren dies Schweizer Staatsanleihen, welche sich bis zum Ende des dritten Quartals signifikant verteuerten. Schliesslich war in den letzten Monaten der Berichtsperiode eine allmähliche Normalisierung in diesem Segment zu beobachten.

Rendite 10-jähriger Staatsanleihen für das Jahr 2022

in %



Das vergangene Aktienjahr stand vom ersten Börsentag an ganz im Zeichen von steigenden Zinsen und hoher Inflation, welche von den Notenbanken allerdings lange unterschätzt wurde. Die amerikanische Notenbank Fed erhöhte die Leitzinsen ab März bis Ende Jahr um ganze 425 Basispunkte – eine noch kaum gesehene Straffung der Geldpolitik. Der schnelle und starke Zinsanstieg, vor allem für langjährige Laufzeiten, setzte den Aktienmärkten enorm zu und bereitete der langjährigen Aktienhausse ein abruptes Ende. Steigende Zinsen sind stark negativ korrelierend mit hoch bewerteten Qualitäts- und Wachstumswerten. Ende Februar kam mit dem Ukraine-Krieg weiterer Gegenwind für die Aktienmärkte sowie für die Bekämpfung der Inflation in Form von stark steigenden Energiepreisen hinzu. Die Abhängigkeit Europas von russischem Gas trat mit dem Einmarsch russischer Truppen in die Ukraine schmerzhaft zutage und führte zu einer veritablen Krise. Ab Mitte Jahr kamen mit dem entschlossenen Handeln der Notenbanken Rezessionsängste auf, was höhere Volatilität und Druck auf zyklische Aktien verursachte. Aus Anlegersicht liegt damit das Jahr 2022 noch unter dem von der Finanzkrise geprägten sehr negativ performenden Jahr 2008.

Negative Marktentwicklung wirkte sich auf finanzielles Ergebnis aus

Vor dem Hintergrund dieser grossen Herausforderungen erzielte die Mobiliar ein finanzielles Ergebnis von CHF 183.6 Mio., womit der sehr gute Vorjahreswert von CHF 450.2 Mio. deutlich unterschritten wurde. Während 2021 noch von der Erholung der Börsen nach der Coronapandemie profitierte, schlugen im vergangenen Jahr die negative Marktentwicklung aufgrund geopolitischer Spannungen, Energiekrise und Inflation sowie die damit verbundenen Zinserhöhungen auf das Anlageergebnis durch.

Die Erträge aus Kapitalanlagen, bestehend zum grössten Teil aus Mieteinnahmen, Zins- und Dividendenzahlungen, fielen mit CHF 277.5 Mio. um 25% höher aus als im Vorjahr. Die Zunahme resultierte zum grössten Teil aus einem Sondereffekt bei alternativen Anlagen, bei

welchen es zu einer Umschichtung innerhalb von Infrastruktur-Fonds und einer daraus erfolgten Sonder-Ertragsausschüttung kam. Daneben stiegen auch die Dividendenzahlungen von Aktien und Fondsanteilen etwas an, da die Gewinnausschüttungen aufgrund der hohen Unternehmensgewinne von 2021 erfolgten. Trotz der in mehreren Schritten durch die Zentralbanken erhöhten Zinsen und einer daraus resultierenden höheren Neuinvestitionsrendite gingen dagegen die Erträge von Nominalwerten leicht zurück, da analog den Vorjahren die Bestandsrendite insgesamt weiter sank.

Das Nettoergebnis der Gewinne und Verluste aus Kapitalanlagen fiel von CHF 264.0 Mio. (2021) auf einen Wert von CHF -95.0 Mio. für das Berichtsjahr. Vor allem bei Aktien und Fondsanteilen spiegelte sich die negative Marktentwicklung des schwierigen Börsenjahrs in hohen Abschreibungen. Dies traf auch auf unsere Obligationenfonds zu, die aufgrund der Zinserhöhungen ebenfalls in den Abschreibungsmodus fielen. Hinzu kam, dass wir auf Realisierungen weniger Gewinne generierten und aus Umschichtungen höhere Verluste hinnehmen mussten als im Vorjahr. Auch die Kosten für eine taktische Aktienabsicherung, welche die Mobiliar im Frühling nach dem Einmarsch Russlands in die Ukraine durchführte, um das Ergebnis nach Swiss GAAP FER gegen weitere hohe Kursverluste abzusichern, schlugen negativ zu Buche. Aufgrund von taktischen Währungsabsicherungen auf den US-Dollar bei Sachwerten fielen ferner die Kosten bei den Derivativen Instrumenten gegenüber dem Vorjahr höher aus. Im Gegenzug konnten dadurch jedoch währungskursbedingte Abschreibungen auf Aktien und alternative Anlagen verringert werden. Des Weiteren stiegen auch die Abschreibungen auf assoziierte Organisationen stark an.

Im zweiten Semester reduzierten wir aus taktischen Überlegungen unser Übergewicht in Gold leicht, was zusätzliche Realisierungsgewinne generierte und das Ergebnis verbesserte. Auch Alternative Anlagen litten in Summe unter der negativen Marktentwicklung, doch insgesamt war die Performance in dieser Anlageklasse besser als bei Aktien, was unter Diversifikationsaspekten für die Wahl dieser Anlageklasse sprach. Da die Mobiliar insgesamt weniger Transaktionen tätigte als im Vorjahr, gingen die Aufwendungen für die Verwaltung der Kapitalanlagen leicht zurück. Erstmals seit langer Zeit kam es nach der Bewertungsrunde bei unserem Immobilienportfolio in Summe nicht zu zusätzlichen Wertsteigerungen, wodurch die geringeren Zuschreibungen und leicht höhere Abschreibungen gegenüber dem Vorjahr erklärt werden.

Immobilien

Im Berichtsjahr setzten wir den Ausbau unserer Investitionen in Immobilien weiter fort:

- In Pratteln konnten wir Bauland zur Erstellung einer Wohnliegenschaft mit rund 70 Wohnungen erwerben. Die Baubewilligung für dieses Neubauprojekt erwarten wir Ende 2023.
- In Genf haben wir das Baurecht für eine Wohnbebauung mit kleinem Gewerbeanteil beurkundet. Das Investment ist Teil einer grösseren Quartierentwicklung, welche 2026 fertiggestellt werden soll.

Im Berichtsjahr wurden demgegenüber zwei nicht mehr strategiekonforme Liegenschaften in Affoltern am Albis und Liestal verkauft.

Das Liegenschaftsergebnis des direkten Immobilienportfolios war im Berichtsjahr wiederum durch das hohe Volumen an Erneuerungsarbeiten an den Bestandsliegenschaften geprägt. Der Cashflow war deshalb mit CHF 63.3 Mio. tiefer als im Vorjahr (CHF 64.2 Mio.). Aufgrund des veränderten Marktumfelds wurden die durchschnittlichen Diskontierungen der Bewertungen nur noch marginal reduziert. Die Wertveränderung des Portfolios war dadurch vor allem durch Effekte aus der Teuerung geprägt, welche trotz erhöhter Ertragserwartungen nicht mehr vollumfänglich kompensiert werden konnten. Im Ergebnis resultierte daraus eine negative Wertänderungsrendite von -0.45% (Vorjahr 5.33%).

In der Summe erhöhte sich der Marktwert des gesamten Portfolios auf CHF 2.262 Mia. (Vorjahr CHF 2.257 Mia.). Das direkte Immobilienportfolio verzeichnete im Berichtsjahr eine Performance von 2.3% (Vorjahr 8.3%). Einen wesentlichen Bestandteil der Anlagen in Immobilien der Gruppe Mobiliar bildet der substanzielle Anteil am MobiFonds Swiss Property.

Anlagerendite und -performance

Auf durchschnittlich investierten Kapitalanlagen zu Buchwerten von CHF 19.719 Mia. erzielten wir eine Anlagerendite von 0.9% (Vorjahr 2.3%). Die Anlageperformance auf den Kapitalanlagen belief sich auf -8.5% (Vorjahr 4.1%); bei Sachwerten waren vor allem Aktien und Fondsanteile die negativen Treiber, bei Nominalwerten resultierte der Haupteffekt aus den Marktwertverlusten der Obligationen.

Portfolio-Allokation per 31.12.2022

Vorjahreswerte in Klammern



■	Obligationen: 37.4% (32.8%)
■	Fondsanteile: 11.3% (13.9%)
■	Aktien: 10.4% (12.5%)
■	Renditeliegenschaften: 11.6% (11.4%)
■	Alternative Anlagen: 7.2% (6.7%)
■	Gold: 5.7% (5.1%)
■	Hypotheken: 7.9% (7.9%)
■	Darlehen: 5.2% (5.2%)
■	Assoziierte Organisationen: 1.5% (1.7%)
■	Nicht konsolidierte Beteiligungen: 0.4% (0.4%)
■	Übrige Kapitalanlagen: 1.4% (2.4%)

MobiFonds – die Anlagefonds der Mobiliar

Die Fonds der eigenen Fondsleitung, Schweizerische Mobiliar Asset Management AG, widerspiegeln die Anlagephilosophie der Mobiliar. Diese beinhaltet die Schwerpunkte Sicherheit vor Rendite, aktives Anlegen sowie Fokus auf Qualität. Es gilt der Grundsatz: Wo Mobiliar draufsteht, ist Mobiliar drin. Das Fondsvermögen wird nach den gleichen Grundsätzen und mit derselben Sorgfalt wie das Vermögen der Gruppe Mobiliar und deren Pensionskassen verwaltet. Die heutige Fondspalett für Privatkunden besteht aus den MobiFonds Select 30, 60 und 90, welche flexibel im Rahmen einer fondsgebundenen Sparversicherung der Mobiliar oder bei den meisten Schweizer Banken verfügbar sind. Die angegebene Zahl bezeichnet jeweils den Sachwertanteil der Anlagestrategie.

Unsere Fonds investieren alle in die gleichen Anlagekategorien, allerdings mit unterschiedlicher strategischer Gewichtung. Meist gilt: Wenn Aktien nicht rentieren, dann immerhin Obligationen. Das war 2022 anders. Beide Anlageklassen schlossen mit einer negativen Rendite ab. Normalerweise schwanken Obligationen nur schwach, mit den starken Leitzinserhöhungen war das Minus erstmals in der Geschichte zweistellig. So war das Jahr dann auch für sämtliche MobiFonds Select das negativste seit ihrer Lancierung. Über mehrere Jahre weisen die MobiFonds jedoch eine positive Performance aus. Gerade in solchen Zeiten lohnt es sich, Ruhe zu bewahren. Regelmässiges, diszipliniertes und langfristiges Investieren ist entscheidend für den Anlageerfolg.

MobiFonds Select für die gebundene Vorsorge für das Jahr 2022

Performance indexiert



Wertentwicklung MobiFonds Select 2022

MobiFonds	Gebundene Vorsorge			Freie Vorsorge		
	Select30 3A	Select60 3A	Select90 3A	Select30 B	Select60 B	Select90 B
Performance 2022	-12.5%	-13.6%	-16.5%	-12.5%	-13.6%	-16.5%
Performance 3 Jahre	-8.5%	-2.5%	4.2%	-8.6%	-2.5%	4.2%
Performance 5 Jahre	-3.8%	6.0%				16.9%

Quelle: Schweizerische Mobiliar Asset Management AG. Die Performancedaten stellen keinen Indikator für die laufende oder zukünftige Performance dar und lassen die bei der Ausgabe und Rücknahme der Anteile erhobenen Kommissionen und Kosten unberücksichtigt.

Die Marke Mobiliar

Typisch Mobiliar: Seit 1826 ist unsere Marke Ausdruck unserer Identität. Sowohl bei Kundinnen als auch bei Nicht-Kunden geniesst die Mobiliar grosses Vertrauen. Sie gehört zu den reputationsstärksten Marken der Schweiz.

Die Marke Mobiliar ist die Lieblingsmarke der Konsumentinnen und Konsumenten, keiner anderen Versicherung vertrauen sie mehr. So positioniert sich die Mobiliar seit Jahren erfolgreich als persönlichste Versicherung der Schweiz im Markt. Diesen Weg verfolgen wir sowohl in der analogen Welt als auch auf den digitalen Kanälen. Unsere Werbung transportiert unsere positive Grundhaltung, unsere Raison d'être «Das Leben leben – wir sind da» auf passende Art und Weise. Die bekannten Schadensskizzen oder die einleitenden Worte «Liebe Mobiliar ...» gelten seit Jahren als eindeutiges Erkennungsmerkmal. Mit unserem Markenversprechen «menschlich, nah, verantwortungsvoll» stellen wir für unsere Kundinnen und Kunden ein konsistentes Erlebnis an allen Berührungspunkten sicher, welches typisch Mobiliar ist und uns gegenüber der Konkurrenz differenziert.

Starke Dachmarke – regionale Verankerung

Die Mobiliar führt die Dachmarke konsistent und tritt in allen vier Landessprachen auf. Dabei steht die Mehrsprachigkeit stellvertretend für unsere regionale Verankerung. Kundenkontakte erfolgen vorwiegend direkt über unsere Generalagenturen oder die Mitarbeitenden von Mobi24 – dem 7/24-Stunden-Call-Service-Center.

Die Dachmarke umfasst die Schweizerische Mobiliar Holding AG sowie die Schweizerische Mobiliar Versicherungsgesellschaft AG, die Schweizerische Mobiliar Lebensversicherungsgesellschaft AG, die Schweizerische Mobiliar Asset Management AG, die Schweizerische Mobiliar Services AG und die Schweizerische Mobiliar Risk Engineering AG. Die weiteren Tochtergesellschaften der Mobiliar treten mit separaten Marken am Markt auf.

Die Marken der Mobiliar

Dachmarke

die Mobiliar **la Mobilière** **la Mobiliare** **la Mobiliar**

Separate Marken

Mobi(24)**Protekta**»»»**XPERTCENTER****buildigo****trianon****swisscaution****bexio****toeyoo****companjon****LIIVA****LIGHTBIRD****Flatfox****OUNDERA**
Regionale Verankerung: Wir sind da, wenn es darauf ankommt.

Mit 80 Unternehmer-Generalagenturen sind wir in allen Regionen der Schweiz und im Fürstentum Liechtenstein präsent. Die Generalagentinnen und Generalagenten der Mobiliar nutzen ihre unternehmerische Freiheit für Entscheide, die ihren Kundinnen und Kunden, dem lokalen Gewerbe und der Gesellschaft zugutekommen. Durch Sponsoring und aktives Gesellschaftsengagement unterstützen sie Veranstaltungen, Vereine, Clubs und nachhaltige Projekte in den Regionen. Auch als Arbeitgebende und Ausbildungsstätten spielen unsere Generalagenturen eine wichtige Rolle. Sie beschäftigten per Ende 2022 insgesamt 2744 Mitarbeitende und bilden zurzeit 245 Lernende aus.

Wir übernehmen Verantwortung für die Gegenwart und die Zukunft.

Es ist ein grosses Versprechen, welches wir unseren Kundinnen und Kunden abgeben: «Das Leben leben – wir sind da.» Dieses Versprechen ist der Kern des Versicherungsgeschäfts, dafür steht die Versicherungspolice. Wir setzen es auf vielfältige Weise um: Im Schadenfall, dem wichtigsten Moment der Kundenbeziehung, unterstützen wir unsere Versicherten rasch und unkompliziert vor Ort. Es bestehen unterschiedliche Möglichkeiten, mit uns Kontakt aufzunehmen: am Schalter, am Telefon, via E-Mail, Website, App oder Kundenportal. Ausserhalb der Bürozeiten ist unser Call-Service-Center Mobi24 für die Versicherten da.



Most Trusted Brand Award
vom Forschungsinstitut Dialego, im
Auftrag von Reader's Digest.

Seit 2001 misst Trusted Brands das
Markenvertrauen der Konsumenten.
Besonders an dieser Studie sind die
offene Fragestellung und der
Verzicht auf die Nennung von
Unternehmen zur Hilfestellung.

Studien belegen Bestnoten

Sowohl Kundinnen als auch Nicht-Kunden sprechen ihr Vertrauen in die Mobiliar aus. Diverse Studien und interne Erhebungen attestieren der Marke Mobiliar Bestnoten:

Gemäss dem Most Trusted Brand Award 2022 gilt die Mobiliar zum fünften Mal in Folge als die vertrauenswürdigste Marke unter den Schweizer Versicherern. 79% der befragten Konsumentinnen und Konsumenten fühlen sich der Marke Mobiliar nahe. Die Kriterien Service und Kundenzentrierung sowie Qualität erfüllt die Mobiliar deutlich besser als der Branchendurchschnitt.

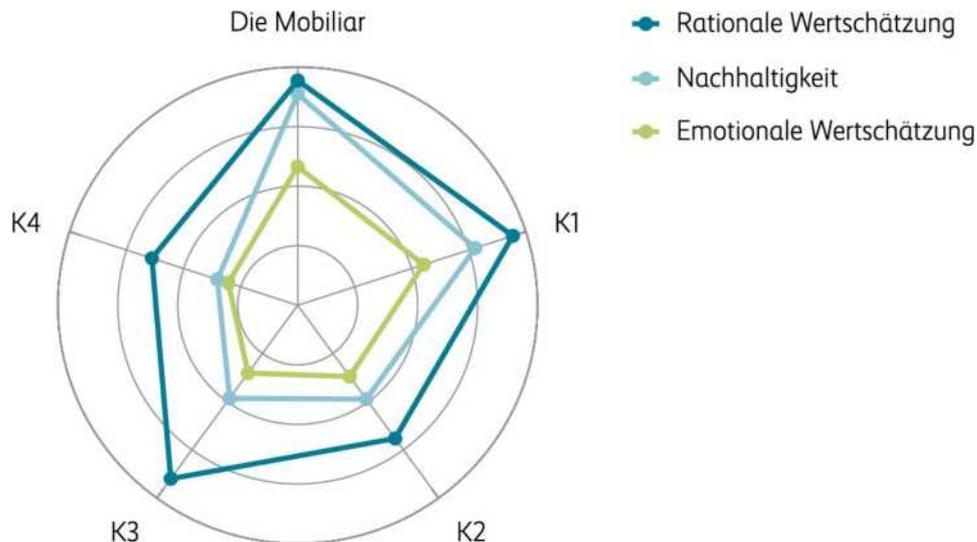


GfK Business Reflector

Dieser ermittelt die renommiertesten Unternehmen und Non-Profit-Organisationen der Schweiz.

Reputation im Vergleich mit Konkurrenten

GfK Business Reflector 2022 (K1-K4: Konkurrenten)



Für die Assekuranz wurden pro Unternehmen mindestens 326 Personen befragt.

Die Mobiliar verfügt gemäss GfK Business Reflector über eine sehr starke Reputation. Im Vergleich mit allen Marken in der Finanzindustrie geniessen wir den besten Ruf. Im branchenübergreifenden Vergleich bleibt die Mobiliar stabil und gehört weiterhin zu den zehn reputationsstärksten Marken der Schweiz.

Die Mobiliar befindet sich traditionell unter den drei bekanntesten Schweizer Versicherungsmarken. Über die letzten fünf Jahre hinweg belegt die Mobiliar den zweiten Rang bei der Top-of-Mind-Bekanntheit (erstgenannte, ungestützte Markennennung).



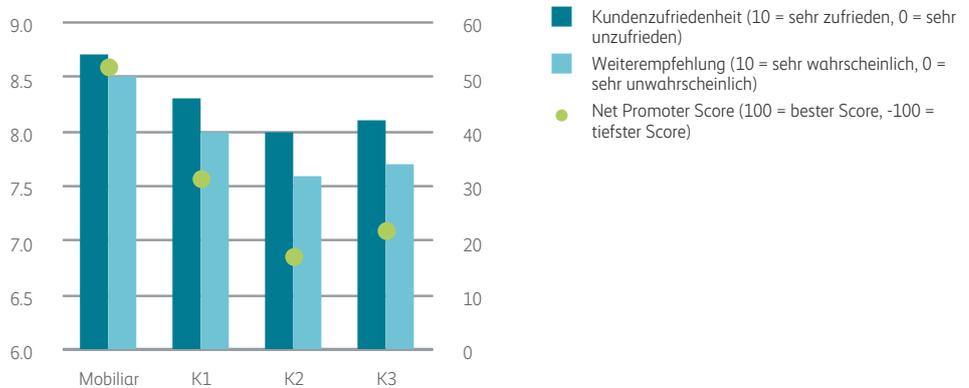
Mobiliar Insurance Cockpit

Interne Erhebungen 2022

Das «Mobiliar Insurance Cockpit» belegt zudem, dass die Mobiliar die zufriedenste Kundschaft hat und uns diese in ihrem persönlichen Umfeld aktiv weiterempfiehlt – und so unser hervorragendes Image stärkt. Diese erfreulichen Studienergebnisse bestärken uns darin, den eingeschlagenen Weg konsequent weiterzugehen und alles daran zu setzen, im Wettbewerbsvergleich in Bezug auf Bekanntheitsgrad, Kundenzufriedenheit und Weiterempfehlungswerte eine Spitzenposition einzunehmen.

Kundenzufriedenheit und Weiterempfehlung im Vergleich mit Konkurrenten

MIC Mobiliar Insurance Cockpit, AmPuls Market Research AG

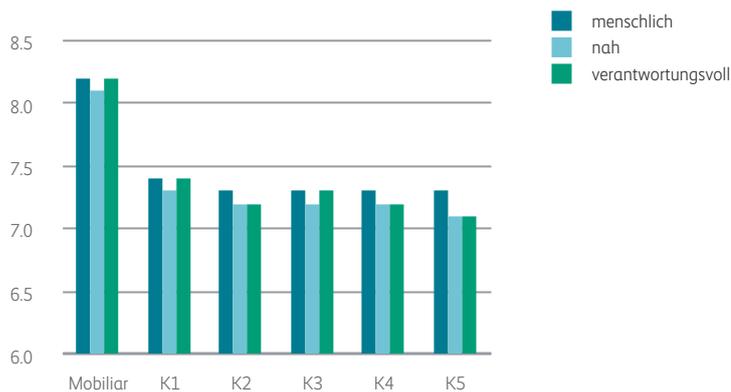


(K1-K3 Konkurrenten)

Unsere Werte sind in unserer DNA verankert. Der Konkurrenzvergleich des Mobiliar Image Trackings belegt unsere Spitzenwerte bei allen drei Markenwerten «menschlich, nah, verantwortungsvoll». Weitere Bestnoten erhielt die Mobiliar in den Dimensionen «zuverlässige Schadenbearbeitung», «Vertrauenswürdigkeit» und «kurze Reaktionszeit». Gefallen finden die Konsumentinnen und Konsumenten zudem an unserer Werbung, die nach wie vor positiv beurteilt und gerne gesehen wird (Marketing Impact Monitor 2022).

Mobiliar Image Tracking

Intervista AG (K1-K5: Konkurrenten)



Die Zufriedenheit und das Vertrauen unserer Kundinnen und Kunden stehen im Zentrum unseres Handelns. Unsere Servicequalität ist der wichtigste Faktor für die Zufriedenheit unserer Versicherten. Ausserdem ist sie ausschlaggebend für unser über dem Gesamtmarkt liegendes Wachstum. So ist es uns wichtig, dass uns unsere Kundschaft offen und ehrlich Feedback zu ihrer Interaktion mit der Mobiliar – beispielsweise ein Beratungsgespräch –

geben kann. Dieses kontinuierliche Kundenfeedback leistet einen wichtigen Beitrag zur optimalen Kundenorientierung. Wir messen dafür unter anderem den Net Promoter Score und können so Kundenerlebnisse gezielt verbessern.

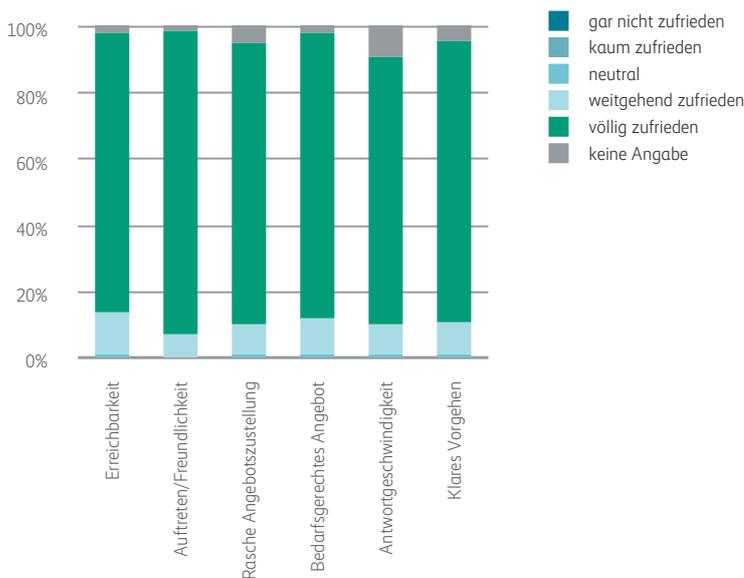
Ausserdem erlaubt uns eine durch künstliche Intelligenz gestützte Textanalyse, noch schneller auf wertvolles Kundenfeedback in Servicequalitätsbefragungen einzugehen und dieses an die richtige Stelle im Unternehmen zu leiten.

98.3% der Versicherten sind mit der Beratung der Mobiliar zufrieden oder sehr zufrieden.

Unsere Kundinnen und Kunden fühlen sich bei der Mobiliar nach wie vor gut aufgehoben: 2022 gaben nach Versicherungsabschluss 98.3% der Versicherten an, mit der Beratung zufrieden oder sehr zufrieden gewesen zu sein.

Servicequalität der Mobiliar im Vertrieb

Studie der Mobiliar 2022, 56 404 Privatkunden



Weiterführende Informationen:

[Unsere Werbung, Vorsorge & Gesundheit](#)

«Lange gut leben geht ganz schnell» – die Private Vorsorge-Kampagne

Die Mobiliar lancierte im Herbst 2022 eine schweizweite Awareness-Kampagne im Bereich der privaten Vorsorge. Die Kampagne stellt alltägliche Zeitfresser auf humorvolle Art und Weise in Relation zu der Zeit, die eine Vorsorgeberatung im Normalfall in Anspruch nimmt, und zeigt auf, dass sich eine frühzeitige Vorsorgeplanung auszahlt. Die Kampagne stellt deshalb die Vorsorgeberatung in den Vordergrund. Die angesprochene Zielgruppe – junge Erwachsene zwischen 24 und 34 Jahren – wird auf diversen Kanälen on- und offline

abgeholt. Die dazugehörige Landingpage führt die (potenziellen) Kundinnen und Kunden dann zur Kontaktaufnahme mit der Generalagentur in ihrer Nähe.

Weiterführende Informationen:

[Hypotheken: Fragen und Antworten](#)

Die Mobiliar Hypothek sichtbar am Markt

Seit Mai 2022 werden potenzielle Kundinnen und Kunden auf ausgewählten Onlinekanälen auf die Mobiliar Hypothek aufmerksam gemacht. Mit häufigen Fragestellungen und Mythen rund ums Eigenheim sprechen wir gezielt die unterschiedlichen Zielgruppen an, welche auf den individualisierten Landingpages konkrete Antworten, wichtige Informationen zur Mobiliar Hypothek sowie Ratgeber zur Eigenheimfinanzierung finden.

Über den praktischen Hypothekenrechner und das verknüpfte Kontaktformular haben Interessentinnen und Interessenten die Möglichkeit, mit persönlichen Hypothekenberaterinnen und -beratern unserer Generalagenturen in Kontakt zu treten.

So konnten die Bekanntheitswerte gesteigert und bereits eine Vielzahl von neuen, zufriedenen Hypotheken-Kundinnen und -Kunden für die Mobiliar gewonnen werden.

Weiterführende Informationen:

[Sponsoring und Events](#)

Weltrekord an der Unihockey-WM in der Schweiz

Die Unihockey-Weltmeisterschaft in Zürich und Winterthur vom 5. bis 13. November war nebst dem ESAF 2022 das grosse Sporthighlight im Jahreskalender der Mobiliar. Über 155 000 Zuschauerinnen und Zuschauer erlebten den Event live vor Ort mit – das bedeutete Weltrekord! Dabei konnten während der neun Tage über 730 Gäste von rund 38 Generalagenturen in den beiden Arenen begrüsst werden. Leider blieb der sportliche Exploit der Schweizer Nationalmannschaft aus, wie bereits im Vorjahr mussten sich die Spieler mit dem vierten Platz begnügen.

Übersicht der grösseren Mobiliar Sponsoring-Engagements

Hallensport

Seit der Saison 2013/14 unterstützt die Mobiliar die vier Indoor-Sportarten Basketball, Handball, Unihockey und Volleyball. Die besten Punktesammler pro NLA-Team (Frauen und Männer) spielen in jedem NLA-Spiel im Spezialdress des Mobiliar Topscorer. Jährlich fliessen über CHF 400 000 an die Nachwuchsabteilungen der knapp 80 NLA-Teams.

Schwingsport

Burgdorf 2013, Estavayer 2016, Zug 2019, Pratteln 2022, Mollis 2025: Die Reise der Mobiliar als Königspartnerin des Eidgenössischen Schwing- und Älplerfests geht weiter. Die Mobiliar unterstreicht mit der bereits fünften Partnerschaft ihr starkes Bekenntnis zum Schwingsport.

Paléo Festival Nyon

Die Mobiliar und das Paléo Festival Nyon feiern Jubiläum: Bereits zum zehnten Mal in Folge engagierte sich die Mobiliar als Hauptsponsorin beim grössten Open-Air-Festival der Schweiz. Getreu ihrem Motto «Die Mobiliar sorgt für Sie» präsentierte sie sich im eigenen Pavillon direkt vor der Hauptbühne. Den Festivalbesucherinnen und -besuchern wurden erneut Services fürs Wohlbefinden sowie weitere Überraschungen geboten. In einzigartiger

Atmosphäre konnten sie zudem das Geschehen auf der Hauptbühne mitverfolgen. Die Mobiliar wird auch im nächsten Jahr in der Asse-Ebene als Hauptsponsorin präsent sein.

Mobiliar Ticketshop

Im Mobiliar Event-Ticketshop profitieren Kundinnen und Kunden von zahlreichen Ticketvergünstigungen und Priority Tickets:

- 20 bis 50% Rabatt auf Tickets in den Bereichen Musik, Kultur, Festival und Sport
- Vorkaufsrecht auf Konzerte von nationalen und internationalen Künstlerinnen und Künstlern bis zu 48 Stunden vor dem offiziellen Verkaufsstart

Im Mobiliar Ski-Ticketshop profitieren Kundinnen und Kunden von Vergünstigungen auf Tickets in zahlreichen Skigebieten:

- 25% Rabatt auf Tagestickets in diversen Schweizer Skigebieten
- Bis zu 10 vergünstigte Skitickets pro Saison

Energy Events

Seit 2021 tritt die Mobiliar als Co-Partnerin der grössten Musik-Events der Schweiz auf: Energy Air, Energy Star Night und Energy Live Sessions. 2022 erhöhte die Mobiliar ihren Partnerstatus und ist neu Hauptpartnerin des Energy Air, an dem jeweils ein nationaler und internationaler Mix aus etablierten Künstlerinnen und Künstlern sowie Newcomerinnen und Newcomern auftritt. Die heissbegehrten, nicht käuflich erwerbbaaren Tickets werden für jeden Event an ausgewählte Kundinnen und Kunden vergeben. Die Nachfrage ist immens. Mittels Social-Media-Verlosungen können auch Nicht-Kundinnen und -Kunden profitieren. Dank dieser Partnerschaft erreichen wir ein breites, junges Publikum. Dieses emotionale und exklusive Kundenerlebnis leistet einen wichtigen Beitrag zur Kundenbindung und steigert die Kontaktfrequenz.

Zoo Zürich

Bereits seit elf Jahren ist die Mobiliar Hauptsponsorin des Zoo Zürich. Damit unterstreichen wir unser vielfältiges Engagement für Mensch, Tier und Natur.

Risk Management

Unsere Risk Management-Prozesse stellen sicher, dass alle wesentlichen Risiken identifiziert, beurteilt, überwacht, gesteuert und berichtet werden. Wir nehmen bewusst Risiken, um die damit verbundenen Chancen aktiv zu nutzen.



ESG

Steht für die nachhaltigkeitsbezogenen Verantwortungsbereiche von Unternehmen: Environmental (Umwelt), Social (Soziales) und Governance (verantwortungsvolle Unternehmensführung).

Das gruppenweite Risk Management verfolgt das Ziel, sowohl die Kapitalbasis als auch die ausgezeichnete Reputation der Gruppe Mobiliar zu schützen. ESG-Risiken tritt die Gruppe Mobiliar mit der Umsetzung gezielter Massnahmen im Umgang mit der Umwelt, beim Engagement für die Gesellschaft sowie in der Unternehmensführung entgegen. Dabei übernehmen wir ökologische, soziale und ökonomische Verantwortung gegenüber Kundinnen und Kunden, Mitarbeitenden und der Öffentlichkeit. Nachhaltiges Denken und Handeln sind ein wesentlicher Bestandteil der Unternehmenskultur.

Weiterführende Informationen:

[Unsere Verantwortung](#)

Risikopolitik und Risikostrategie

Der Verwaltungsrat legt in der Risikopolitik Ziele, Grundsätze sowie Zuständigkeiten des gruppenweiten Risk Managements fest. Die Mobiliar hat folgende übergeordnete Ziele:

- Schutz der Kapitalbasis zur Erfüllung der Ansprüche ihrer Kunden
- Erkennen von Risiko- und Renditeprofilen
- Schutz der Reputation

Die jährliche 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. Relevante Risiken unterteilen wir in die [sieben Kategorien](#): Versicherungs-, Markt-, Kredit-, Liquiditäts-, Strategie- und Reputationsrisiken sowie operationelle Risiken. Die aktive Auseinandersetzung mit Nachhaltigkeitsrisiken geschieht in den gruppenweiten Risk Management-Prozessen entlang dieser sieben Risikokategorien.

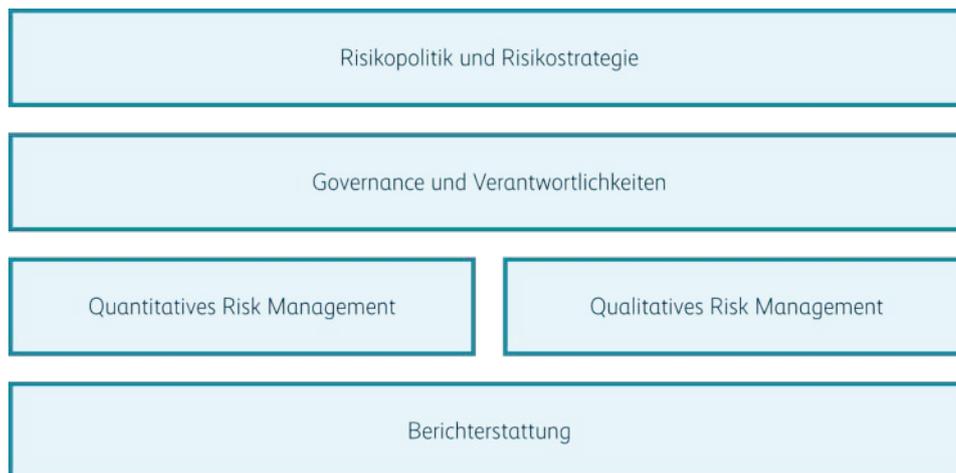
Governance und Verantwortlichkeiten

Der Verwaltungsrat nimmt mit der Ausgestaltung des gruppenweiten Risk Managements, des internen Kontrollsystems und der Compliance-Funktion die oberste Verantwortung wahr. Unterstützt durch den Anlage-/Risikoausschuss, den Prüfungsausschuss sowie den Ausschuss Digitale Transformation verabschiedet er für die einzelnen Risikokategorien quantitative und qualitative Vorgaben sowie Konzepte zu deren Umsetzung.

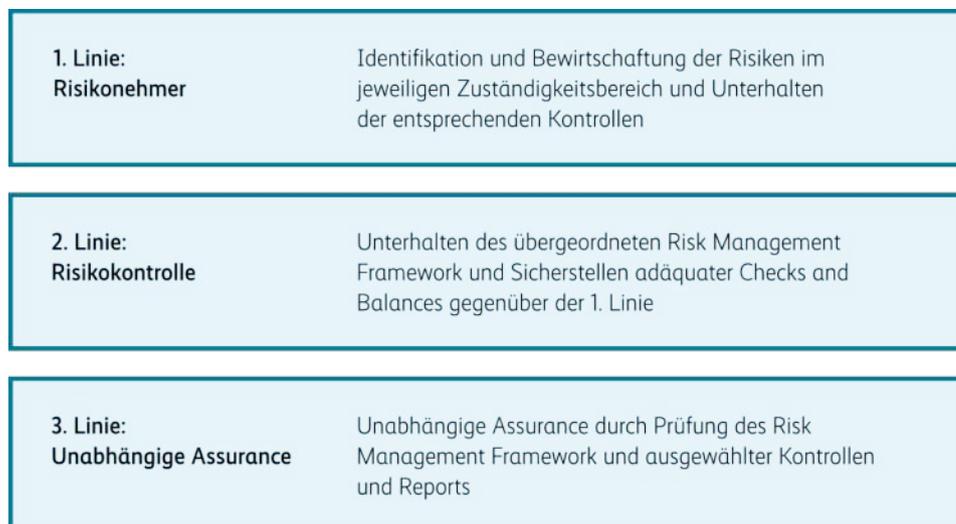
Die Geschäftsleitung stellt die Umsetzung der risikopolitischen Grundsätze sowie der Risikostrategie sicher und wird dabei durch zwei Managementausschüsse unterstützt: Das

ALM-Strategiekomitee steuert die Versicherungs-, Markt- und Kreditrisiken durch den Asset Liability Management-Prozess. Das QLR-Komitee (Qualitatives Risk Management) steuert die operationellen und Reputationsrisiken. Liquiditätsrisiken werden direkt durch die Geschäftsleitung gesteuert. Strategierisiken behandelt der Verwaltungsrat im Rahmen des Strategieüberprüfungsprozesses.

Risk Management Framework



Das gruppenweite Risk Management besteht aus drei Verteidigungslinien:



Die Geschäftsleitung ist verantwortlich für die Bewirtschaftung der Risiken und organisiert sich so, dass Prozessverantwortliche benannt sind, die zuständig sind für Identifikation, Beurteilung, Steuerung, Überwachung und Berichterstattung der Risiken in ihren Zuständigkeitsbereichen (1. Linie). Die Funktionen Risk Management und Compliance 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 und überprüfen die Wirksamkeit

der von der 1. Linie eingerichteten Schlüsselkontrollen. Als integrierter Teil des unternehmensweiten Risk Managements unterstützen die interne und die externe Revision (3. Linie) durch unabhängige und objektive Prüfungen den Verwaltungsrat und dessen Prüfungsausschuss bei der Wahrnehmung ihrer Verantwortlichkeiten.

Quantitatives und qualitatives Risk Management

Das Risk Management umfasst die Identifikation, Beurteilung, Überwachung und darauf aufbauend das Steuern von Risiken sowie die Berichterstattung. Die Identifikation von Risiken erfolgt auf Basis geeigneter Methoden und Experteneinschätzungen.

Für die Beurteilung setzen wir sowohl quantitative als auch qualitative Methoden ein. Versicherungs-, Markt- und Kreditrisiken werden mit einem Risikomodell quantifiziert. Auf Grundlage der vom Verwaltungsrat vorgegebenen Risikoneigung ermitteln wir so den Risikokapitalbedarf. Das qualitative Risk Management stellt sicher, dass für alle Risikokategorien geeignete Risk Management-Prozesse bestehen, die eine systematische Bewirtschaftung erlauben.

Ergänzend zu den Modellen und Prozessen analysiert das Risk Management mithilfe von Stresstests und Szenarioanalysen Auswirkungen von extremen Ereignissen, um zusätzliche Erkenntnisse zur Robustheit unter extremen Bedingungen zu gewinnen und das Verständnis zur Risikoexposition der Gruppe Mobiliar zu erhöhen. Anhand verschiedener Szenarien wird die Kapitaladäquanz vorausschauend über einen dreijährigen Planungszeitraum analysiert.

Berichterstattung

Die Methoden zur Überwachung und die Form der Berichterstattung sind in den Risk Management-Prozessen festgelegt. Die Funktionen Risk Management und Compliance überwachen die Einhaltung der risikostategischen 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 tragen zur regelmässigen Behandlung in der Geschäftsleitung und im Verwaltungsrat mit dessen jeweiligen Ausschüssen bei. Mit dem «Own Risk and Solvency Assessment» (ORSA)-Bericht informiert das Risk Management zusätzlich die FINMA in aggregierter Form über Risikosituation und Kapitalbedarf.

Risikokategorien

Versicherungsrisiken

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

Versicherungsrisiken, Prämienvolumen nach Branchen¹

Nicht-Leben	in CHF Mio.
Mobilitätsversicherungen	1 126
Haushaltversicherungen	801
Personenversicherungen	651
Betriebsversicherungen (KMU)	472
Unternehmensversicherungen	265
Rechtsschutzversicherungen	156
Mietkautionsversicherungen	57
Annexversicherungen ²	-

Leben	in CHF Mio.
Jahresprämien berufliche Vorsorge	255
Jahresprämien private Vorsorge	496
Einmalprämien berufliche Vorsorge	85
Einmalprämien private Vorsorge	124

¹ In der Tabelle werden Beträge ab CHF 1 Mio. abgebildet.

² Erstmögliche Verbuchung von Prämien im Berichtsjahr: CHF 7077

Markt- und Kreditrisiken

Marktrisiken umfassen 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 zum Beispiel ein Schuldner der Mobiliar nicht mehr in der Lage ist, seinen Verpflichtungen nachzukommen. Markt- und Kreditrisiken ergeben sich insbesondere aus der Anlage der Vermögenswerte.

Operationelle Risiken

Operationelle Risiken bezeichnen die Gefahr von Verlusten, die infolge Unzulänglichkeit oder Versagens von internen Verfahren und Systemen sowie Fehlern von Menschen 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 grosse finanzielle Folgen und Auswirkungen auf die Reputation zu vermeiden. Die Risiken in Bezug auf die finanzielle Berichterstattung, die Compliance sowie den Betrieb werden in einem integrierten, risikoorientierten und auf unsere Geschäftsprozesse abgestützten System bewirtschaftet. Dabei überwachen das Risk Management und das Compliance Office die kritischen operationellen Risiken.

Liquiditätsrisiken

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

Strategierisiken

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 überprüft und beurteilt, um mittels geeigneter Massnahmen das Fortbestehen der Gruppe auch in Zukunft zu sichern.

Reputationsrisiken

Das Reputationsrisiko bezeichnet die Gefahr eines Imageverlusts und folglich einer Minderung des Unternehmenswerts. Dies kann aufgrund von fehlerhaften Geschäftsentscheidungen, unprofessionellem Verhalten, Interessenkonflikten, Nichteinhalten von Gesetzen und Vorschriften sowie mangelhafter Führungs- und Unternehmenskultur entstehen. 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 regelmässig erhobene Key Performance Indicators und Key Risk Indicators (Frühwarnindikatoren).

Nachhaltigkeitsrisiken

Das Nachhaltigkeitsrisiko bezeichnet Ereignisse oder Bedingungen aus den Bereichen Umwelt, Soziales oder Unternehmensführung (ESG-Risiken), deren Eintreten tatsächlich oder potenziell negative Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage sowie auf die Reputation der Gruppe Mobiliar haben kann. Die aktive Auseinandersetzung mit Nachhaltigkeitsrisiken geschieht in den gruppenweiten Risk Management-Prozessen entlang der definierten Risikokategorien.

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 der normalen Geschäftstätigkeit zu begrenzen. In Krisen oder besonderen Lagen – wie jüngst während der Pandemie oder aktuell während des Ukraine-Kriegs und einer möglichen Strommangellage – unterstützt die erprobte Organisation, die sich je nach Dringlichkeit und Koordinationsaufwand als Koordinationsstelle, als Task Force oder wie aktuell als Krisenstab formiert, die Gruppe Mobiliar. Die entsprechenden Themen werden dadurch zentral gesteuert und bewirtschaftet.

Regulatory Affairs

Die Funktion Regulatory Affairs ist zentrale Ansprechpartnerin für die Aufsichtsbehörden und interne Anlaufstelle für aufsichtsrechtliche Themen. Zu den Kernaufgaben gehören die Koordination aufsichtsrechtlicher Themen sowie die Verfolgung und Analyse regulatorischer Neuerungen. Damit misst die Mobiliar auch der Reputation gegenüber den Aufsichtsbehörden eine hohe Bedeutung bei.



SST-Quotient

538%Quantitative und qualitative
Angaben über die Finanzlage

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.

Der SST-Quotient, ausgedrückt als Verhältnis von Net Asset Value zu Solvenzkapitalanforderung (Solvency Capital Requirement, SCR), beträgt 538%. Der Net Asset Value beläuft sich dabei auf CHF 9 968 Mio. Das Marktrisiko ist mit CHF 1 770 Mio. der grösste Risikotreiber des SCR.

Anhand eines Systems mit Interventionsgrenzen vergleichen wir periodisch den Kapitalbedarf mit der Kapitalausstattung für die Gruppe und die einzelnen Versicherungsgesellschaften. Damit können wir frühzeitig Massnahmen einleiten, um allfällige Unterdeckungen zu verhindern. Die aktuellen Komponenten zur Solvenzkapitalanforderung der Gruppe sind in der Grafik dargestellt.

Solvenzkapitalanforderung

per 1.1.2023, in CHF Mio.



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. So nimmt in der Rückversicherungskonzeption beispielsweise der Schutz gegen mögliche Verluste als Folge von Schäden aus Erdbeben eine besondere Stellung ein. Gegen Währungsverluste wappnen wir uns mit der strategischen Absicherung von Fremdwährungsrisiken auf Nominalwertanlagen. Zudem setzen wir derivative Finanzinstrumente situativ zu Absicherungszwecken ein.