

One Zurich

Delivering to customers through global presence and expertise

Servindo os clientes com presença e know-how à escala global

Zurich is a leading global multi-line insurance provider helping people understand and manage the risks that they, their families and businesses may face. Zurich offers a wide range of general insurance and life insurance products and services for individuals and businesses of all sizes in over 170 countries and territories. **A Zurich é um dos principais seguradores globais a nível mundial, procurando ajudar as pessoas a entenderem e a gerirem os riscos que elas, as suas famílias e negócios, possam enfrentar. Oferece uma grande variedade de seguros do ramo Vida e Não Vida, assim como serviços destinados a particulares e empresas de várias dimensões, em mais de 170 países e territórios.**

Mike Kerner, CEO for Zurich's General Insurance (GI) business, and Hanno Mijer, Global Head of Corporate Life & Pensions (CLP), share their thoughts on the Zurich business, their increasing focus on customers and the role of insurance brokers.

Can you tell us how your previous experiences have contributed to your current professional career?

Mike: For me it is a blend of various and rich experiences throughout my life that I believe help me still in my career today. I started in the business as an actuary which is a discipline at the heart of the insurance industry. This has always helped me to understand what is still a technical business. The technical discipline to run an insurance company might not be very exciting but it is certainly a secret to success in this industry.

But then I have coupled that with the market-facing roles and experience that I have had where, and it may sound obvious, my key insight was that we have to understand what our customers' needs are and meet them better than our competitors if we want to be the best. This also reinforced my view that we are in a people business where our customers and distributors will want to do business with people they trust and like.

And finally, a lot of my earlier life was spent on sports fields where I learned a team can only truly be successful if you have not only great individuals but great individuals with a common goal who work brilliantly together to achieve success.

Hanno: Broadening my horizons in other cultures has been one of the most important foundations of my career. While challenges differ from place to place, one thing remains the same: if you want to succeed, your business

Mike Kerner, CEO da Zurich General Insurance (GI), e Hanno Mijer, Global Head of Corporate Life & Pensions (CLP), partilham as suas reflexões sobre a Zurich, o crescente foco nos clientes e o papel dos corretores de seguros.

Podem dizer-nos como é que as vossas experiências anteriores têm contribuído para a vossa carreira profissional atual?

Mike: Eu acredito que a mistura de várias experiências enriquecedoras que tive ao longo da vida ainda hoje têm um impacto positivo na minha carreira. Comecei nesta indústria como atuário, que é uma disciplina fundamental do setor segurador, uma experiência que me tem ajudado a entender o que ainda é uma atividade com um grande pendor técnico. Um aspecto que deve ser tido em conta na gestão de uma companhia de seguros, e que pode não ser muito empolgante, mas é, certamente, um dos segredos para o sucesso neste setor.

Mas depois conjuguei isso com a minha experiência em funções orientadas para o mercado, e pode parecer óbvio, a minha principal perceção foi a de que, se queremos ser os melhores, temos de perceber e satisfazer necessidades dos clientes e ir ao encontro delas, melhor que os nossos concorrentes. Isto também reforçou a minha visão de que estamos num negócio de pessoas, onde os nossos clientes e distribuidores quererão fazer negócio com pessoas em quem confiem e de quem gostem.

Acrescento, por último, que grande parte da minha juventude foi passada à volta do desporto, onde aprendi que, para uma equipa ser bem-sucedida, não basta ter grandes individualidades, é necessário que estas tenham objetivos comuns, que trabalhem em conjunto de forma brilhante, para alcançar o sucesso.

"We are in a people business where our customers and distributors will want to do business with people they trust and like."

"Estamos num negócio de pessoas, onde os nossos clientes e distribuidores quererão fazer negócio com pessoas em quem confiem e de quem gostem."

model needs to strike the right balance between understanding local market traditions and global best practices.

I learned this in the early 1990's when working closely with around 6,000 local employees to modernize Hungary's state insurance company. It was a challenging time requiring an entrepreneurial, can-do attitude. I learned Hungarian, spent a few days each week in branch offices around the country and worked with agents to understand their needs. We helped them improve their skills (and more importantly their income!) by translating US agency training programs into a model that worked for the Hungarian culture. We also modernized the product portfolio, which was more about communication and market positioning than technical improvements. I surrounded myself with highly motivated people who I could really trust to be the bridge between our Dutch mother company and our Hungarian subsidiary. Together we created a business model that integrated global best practices with a strong focus on personal relationships and respect for local customs. In addition, I was able to use these experiences to build a Pension fund company from scratch. Every time I visit Budapest it makes me proud to see my former office continues to flourish.

As my career has taken me to other places including Asia, UK, US, Switzerland, I always maintain the same genuine, respectful demeanor, listen to what local cultures really want and take a flexible approach.

Hanno, Zurich's CLP business has grown hugely. What are the main drivers of this impressive growth?

CLP, as a globally managed business, was formed in 2008 and has since become one of the most important contributors to the Global Life business with USD 7 billion gross written premiums in 2012.

Our success started with having people who understand that a corporate customer thinks global, acts global and therefore prefers to interact with a service provider that has a global mind-set and capabilities. Although Employee Benefit products are typically transacted in a domestic market environment, we take pride in helping customers and their advisors to find and implement global solutions.

Secondly, we believe there is always more we can do for our existing customers. No multi-national customer has just a single need. We recognize this and offer corporations access to a broad suite of solutions. This benefits our customers as having more products and services with one insurer who understands their risks reduces complexity, cost of transaction and provides a comprehensive overview of a program.

We've invested heavily in increasing our market presence, particularly in the UK and the international business. As an example, our Zurich Employee Benefit Network (ZEBN) added more than 50 territories over the last three years where it insures Employee Benefits for multi-nationals.

Mike, Zurich's General Insurance business continues to be seen as a strong player in the market. How are you maintaining this momentum?

Yes we remain strong and I believe we are well positioned to perform well in a continuously challenging environment. Our financial strength, global capabilities, wide portfolio of products and services and our decades of experience and expertise in identifying and managing risk are the key components of what we offer to people whose needs are often diverse and complex.



BIO MICHAEL KERNER

Michael Kerner is CEO of Zurich's General Insurance business. He joined Zurich in 1992 from the Continental Insurance Company and has since held a number of senior executive positions. These include Chief Operations Officer for Zurich North America Specialties and Head of Ceded Reinsurance for Zurich North America from 2002 to 2005. From January 2006 to June 2007, he served as the Global Head of Group Reinsurance and between 2007 and 2009, Mr. Kerner was Global Chief Underwriting Officer for General Insurance and Head of Group Strategy in Zurich. Prior to his current role, he was Chief Executive Officer for Zurich Global Corporate in North America. He became a member of the General Executive Committee and CEO General Insurance in September 2012. Mr. Kerner holds a Bachelor of Science in Mathematics and Economics from the State University of New York at Binghamton. Mr. Kerner is a Fellow of the Casualty Actuarial Society and a member of the American Academy of Actuaries.

Michael Kerner é CEO da Zurich General Insurance. Ingressou na Zurich em 1992, depois de ter passado pela Continental Insurance Company, e tem, desde então, ocupado vários cargos de executivo sénior. Entre estes, salientam-se o de COO na Zurich North America Specialties e Head of Ceded Reinsurance - Zurich North America, entre 2002 e 2005. Entre janeiro de 2006 e junho de 2007 desempenhou funções como Global Head of Group Reinsurance e, entre 2007 e 2009, Kerner foi Global Chief Underwriting Officer - General Insurance, e Head of Group Strategy. Antes de desempenhar a atual função, foi CEO da Zurich Global Corporate - América do Norte. Tornou-se, em setembro de 2012, membro da Comissão Executiva Geral e CEO General Insurance. Michael Kerner é licenciado em Matemática e Economia pela State University of New York, em Binghamton. É fellow da Casualty Actuarial Society e membro da American Academy of Actuaries.



Hanno Mijer is Global Head Corporate Life & Pensions (CLP) for Zurich Global Life, responsible for Zurich's Group Risk and Group Pensions business worldwide. He is Chairman of Zurich Germany Life, Chairman of Zurich Investment AG in Switzerland and a member of the Zurich Leadership team and the Zurich Global Life Executive Committee. He has grown CLP to become a key profit driver for Zurich Global Life, working with stakeholders to introduce the Zurich Cross-Sell program and developing new strategic relationships with key consultants. Prior to joining Zurich he held senior positions in Watson Wyatt and AEGON Insurance. Mr. Mijer holds an actuarial science degree from the University of Amsterdam and participated in executive development programs at INSEAD, IMD and Harvard Business School.

Hanno Mijer é Global Head Corporate Life & Pensions (CLP) da Zurich Global Life, e é responsável pelas unidades de Group Risk e Group Pensions da Zurich a nível mundial. É presidente da Zurich Germany Life, presidente da Zurich Investment AG na Suíça, bem como membro da equipa de liderança da Zurich e da comissão executiva da Zurich Global Life. Contribuiu para o crescimento da CLP, ajudando-a a tornar-se num importante gerador de lucros para a Zurich Global Life, trabalhando com os *stakeholders* para introduzir o programa de *cross sell* da Zurich, bem como desenvolvendo novas relações estratégicas com os principais consultores. Antes de ter ingressado na Zurich, desempenhou posições de liderança na Watson Wyatt e na AEGON Insurance. Mijer é licenciado em Ciências Atuariais pela University of Amsterdam, e participou em programas de desenvolvimento de executivos no INSEAD, no IMD e na Harvard Business School.

BIO
HANNO MIJER

Hanno: Alargar os meus horizontes através da descoberta de outras culturas tem sido um dos pilares mais importantes da minha carreira. Os desafios podem diferir de lugar para lugar, mas uma coisa permanece igual: se quiser ser bem-sucedido, o seu modelo de negócio deve equilibrar a compreensão das tradições do mercado local e das melhores práticas globais.

Aprendi isto no início dos anos 90, quando trabalhei de perto com cerca de 6000 funcionários locais, para modernizar a companhia de seguros estatal da Hungria. Este foi um período desafiador, que exigia uma atitude empreendedora e positiva. Aprendi húngaro, passei alguns dias por semana em agências por todo o país e trabalhei com os agentes, no sentido de entender as suas necessidades. Ajudámo-los a melhorar as suas competências (e, mais importante, o rendimento!) ao transformar programas de formação norte-americanos num modelo que funcionava na cultura húngara. Também modernizámos o portefólio de produtos, mais numa perspectiva de comunicação e posicionamento de mercado, do que melhorias ao nível técnico. Rodeei-me de pessoas muito motivadas, nas quais podia confiar para serem a ponte entre a nossa empresa-mãe holandesa e a subsidiária húngara. Juntos, criámos um modelo empresarial que integrava as melhores práticas globais, com um forte foco nos relacionamentos pessoais e no respeito pelos costumes locais. Além disto, consegui usar estas experiências para criar uma empresa de fundos de pensões a partir do zero. Sempre que visito Budapeste, fico orgulhoso por ver que o meu antigo escritório continua a crescer e progredir.

Em todos os outros locais onde a minha carreira já me levou, incluindo Ásia, Reino Unido, EUA e Suíça, mantive a mesma conduta genuína e respeitosa: perceber as necessidades locais e levar a cabo uma abordagem flexível.

Hanno, a unidade CLP da Zurich tem crescido significativamente. Quais os principais impulsionadores deste incrível crescimento?

A CLP, enquanto unidade gerida globalmente, foi criada em 2008, e tem-se tornado desde então, um dos maiores contribuidores para as receitas da Zurich Global Life, com sete mil milhões de dólares de prémios brutos em 2012.

O nosso sucesso começou porque tínhamos pessoas que compreendiam que um cliente corporativo pensa globalmente, age globalmente e, por isso, prefere interagir com um prestador de serviços com uma perspectiva e capacidades à escala global. Apesar de os produtos de *Employee Benefits* serem tipicamente transacionados ao nível dos mercados nacionais, orgulhamo-nos de ajudar os nossos clientes e respetivos consultores a encontrar e implementar soluções globais.

Em segundo lugar, acreditamos que podemos sempre fazer mais pelos nossos atuais clientes. Nenhum cliente multinacional tem apenas uma necessidade. Reconhecemos esta realidade e oferecemos às empresas o acesso a um amplo conjunto de soluções - ter mais produtos e serviços à disposição dos clientes e lidando apenas com um segurador que entende os riscos a que está exposto, só lhes traz benefícios, reduzindo a complexidade e o custo das transações, e permitindo uma visão geral do programa.

Temos investido muito no aumento da nossa presença no mercado, especialmente no Reino Unido e no negócio internacional. Por exemplo, a Zurich Employee Benefit Network (ZEBN), responsável pela área de *Employee Benefits* para multinacionais, nos últimos três anos, alargou a sua atividade a mais 50 territórios.

Importantly, we continue to listen to our customers and brokers to understand and improve – whether this is in how we work together, around the risks we cover or how we manage claims. I ask that those people reading this article take the time to discuss what they need with their Zurich contacts so we can keep improving because we want to hear your thoughts.

Our increasingly three-way relationships between brokers, Zurich and customers are really driving greater knowledge-sharing and innovation with the customer in mind. This generates true customer solutions that stand the test of time and benefits all parties.

Mike, can you give us some examples of practical things you are doing to drive this knowledge sharing and innovation?

Our award winning tool, Zurich Multinational Insurance Application, is a case in point. It provides a constantly updated view of regulatory requirements in more than 180 countries worldwide, and brokers and customers are able to access it to help make better informed decisions about international insurance programs. Similarly the MyZurich secure online customer portal offers customers access to details of their international risk and risk engineering data, making it easier to monitor risk and loss data around the clock from anywhere in the world. These solutions came about because of the close relationship we have with brokers and their support in terms of helping us gain better insights into the needs of their customers.

Additionally, we are looking at anticipating tomorrow's risks through areas such as the Zurich Risk Room, which

MIA - Multinational Insurance Application

Zurich's Multinational Insurance Application (MIA) is a powerful online application that helps brokers and customers structure international insurance programs by answering complex questions about non-admitted insurance in a straightforward and structured way. Over the last six years Zurich has compiled an extensive database of information. As a result of our extensive legal and tax research, Zurich MIA contains information for approximately 180 countries and territories – effectively covering the most important jurisdictions in which our customers operate. Realizing the value that the tool could provide to large corporate customers, Zurich made it available to brokers in a first phase in 2011 and in 2012 it was made available to customers as well.

É uma poderosa ferramenta on-line, concebida para ajudar corretores e clientes a estruturar programas de seguros internacionais, através da resposta a questões complexas sobre seguros não admitidos (seguros internacionais), de forma direta e estruturada. Ao longo dos últimos seis anos, a Zurich compilou informações numa vasta base de dados. Como resultado da ampla pesquisa legal e fiscal, a MIA da Zurich inclui informação sobre, aproximadamente, 180 países e territórios – abrangendo, de forma eficaz, as jurisdições mais importantes. A Zurich, consciente do valor desta aplicação para grandes clientes corporativos, disponibilizou-a em 2011 aos corretores, e em 2012 também aos clientes.

“If you want to succeed, your business model needs to strike the right balance between understanding local market traditions and global best practices.”

“Se quiser ser bem-sucedido, o seu modelo de negócio deve equilibrar a compreensão das tradições do mercado local e das melhores práticas globais.”

Mike, a Zurich General Insurance continua a ser vista como um *player* forte no mercado. Como consegue manter este dinamismo?

Sim, mantemo-nos fortes e acreditamos que estamos bem posicionados para ter um bom desempenho num ambiente constantemente desafiador. A nossa solidez financeira, as nossas capacidades globais, o nosso abrangente portefólio de produtos e serviços, bem como as décadas de experiência e *know-how* na identificação e gestão de riscos, são componentes cruciais do que oferecemos às pessoas cujas necessidades são, muitas vezes, diversas e complexas.

Mais importante, continuamos a ouvir os nossos clientes e corretores para entender e melhorar – seja a forma como trabalhamos juntos, como abordamos os riscos que cobrimos ou como gerimos os sinistros. Às pessoas que lerem este artigo peço que encontrem tempo para analisar as respetivas necessidades com os seus interlocutores na Zurich, para que possamos continuar a melhorar através das vossas opiniões.

As crescentes relações triangulares entre os corretores, a Zurich e os clientes estão a fomentar a inovação e uma enorme partilha de informação, sempre com os clientes em mente. Isto permite gerar verdadeiras soluções para o cliente, que resistam à passagem do tempo e beneficiam todas as partes envolvidas.

Mike, pode dar-nos alguns exemplos práticos de ações que esteja a desenvolver para fomentar a inovação e esta partilha de conhecimentos?

A MIA - Multinational Insurance Application, uma ferramenta já premiada, é um exemplo disso. Esta ferramenta permite ter uma visão permanentemente atualizada dos requisitos regulamentares em mais de 180 países por todo o mundo. Os corretores e os clientes podem ter acesso a esta informação, que os ajudará a tomar decisões mais informadas sobre programas de seguros internacionais. Do mesmo modo, o portal MyZurich, disponível *on-line*, oferece aos clientes acesso a pormenores relativos aos seus riscos internacionais e a dados de engenharia de risco, o que facilita a monitorização de dados sobre o risco e perdas, a qualquer hora do dia, em qualquer parte do mundo. Estas soluções existem devido à relação próxima que temos com os corretores e ao apoio que estes prestam no sentido de nos ajudar a ter uma melhor noção sobre as necessidades dos clientes.

Adicionalmente, procuramos antecipar riscos futuros através de áreas como a Zurich Risk Room, que reúne dados disponíveis publicamente sobre mais de 70 riscos à escala global, em 160 países, para fornecer uma avaliação de riscos personalizada para regiões e países específicos.



combines publicly available data on over 70 global risks, across 160 countries, to provide a customized risk assessment for specific regions and countries.

We hear people talk about “One Zurich” but what does this mean in practice?

Mike: Our customers and distributors increasingly ask us to work with them on joined up approaches, which includes having the ability to provide, for example, Employee Benefit and General Insurance solutions from one partner. Already, back in 2008, Zurich was capable of implementing cross class stop losses for both Life and non-Life lines of business, in order to reinsure these into client captives to optimize and diversify the client’s captive portfolio. We need to ensure we keep delivering on these kinds of needs and we are well placed to do so.

Hanno: For the corporate segments we’ve bridged the gap between general insurance and life insurance. Our relationship leaders from both sides of the business meet, talk and work together to offer comprehensive solutions to corporate customers. This makes sense because risk managers and their advisers will get involved in global benefits management a lot more these days than they did five to ten years ago. Every risk manager knows Zurich but they may not always be fully aware of Zurich’s employee benefit offerings. This gives us an opportunity to increase our value to those customers.

How do you see the role of the broker in working with global customers?

Mike: The majority of our corporate customers have appointed

Ouvimos pessoas falar sobre “One Zurich”, mas o que quer isto dizer na prática?

Mike: Os nossos clientes e distribuidores pedem-nos cada vez mais para trabalharmos em abordagens conjuntas, como por exemplo, a capacidade de disponibilizar soluções ao nível dos ramos não Vida e *Employee Benefits*, a partir de um só parceiro. Já em 2008, a Zurich era capaz de implementar modelos de *stop loss* para os ramos Vida e não Vida, permitindo aos clientes otimizar e diversificar o portefólio das suas cativas. Precisamos de assegurar que continuamos a suprir este tipo de necessidades e que estamos bem posicionados para o fazer.

Hanno: Para os segmentos corporativos, ultrapassamos o distanciamento que existia entre as áreas de seguros Vida e não Vida. Os líderes das duas áreas de negócios reúnem-se, falam e trabalham em conjunto para oferecer soluções abrangentes a clientes corporativos. Isto faz sentido, porque os gestores de risco e os respetivos consultores ficarão muito mais envolvidos na gestão global de benefícios do que estavam há cinco ou dez anos. Todos os gestores de risco conhecem a Zurich, mas podem nem sempre estar completamente informados sobre a nossa oferta ao nível de *Employee Benefits*. Isto dá-nos uma oportunidade de aumentar o nosso valor para estes clientes.

Como vê o papel do corretor no relacionamento com os clientes globais?

Mike: A maioria dos nossos clientes corporativos tem um corretor designado e estamos empenhados em trabalhar com corretores. Reconhecemos que os corretores prestam serviços de valor acrescentado aos nossos clientes, serviços que não podemos

Risk room

The Zurich Risk Room supports Zurich’s corporate customers in understanding the impact and interdependency of risks that their companies may face. The award winning tool displays, in a simple way, the results of complex risk modelling for more than 80 individual risks in over 150 countries around the world, for example on water shortage, energy price fluctuations or political unrest. This helps risk managers to build their understanding of their organisation’s operational risks and supports them in making decisions when selecting future locations. It is the only application of its kind available to firms today. A light version can be downloaded free of charge for iPads or Android tablets.

O Risk Room da Zurich destina-se a apoiar clientes corporativos a compreender o impacto e a interdependência entre riscos que as empresas poderão enfrentar. A premiada ferramenta apresenta, de forma simples, os resultados da complexa modelação de riscos com mais de 80 riscos individuais, em mais de 150 países de todo o mundo (por exemplo, escassez de água, flutuações do preço da energia ou instabilidade política). Esta informação ajuda os gestores de risco a perceber os riscos operacionais da sua organização, e a tomar decisões sobre futuras localizações. É a única aplicação deste tipo atualmente disponível para empresas. Uma versão simplificada e gratuita está disponível para download em iPad ou tablets com sistema Android.

a broker and we are committed to working with brokers. We recognize that brokers bring many value-added services to our mutual customers, services that we can't provide and, even if we could, would duplicate the efforts of the broker. We need to work together as a team to serve the customer, each bringing our respective strengths to the table. We also recognize that brokers are the trusted adviser to the customer and we look to work with these advisers to develop the best possible solutions – solutions that the broker can whole-heartedly recommend to their client.

Hanno: Today, over 95% of CLP's customers seek advice via an Employee Benefit Consultant or a specialised broker underlining their critical importance in the global benefits business. They not only act as advisors for the customer, they also ensure the products and services provided by insurance companies are optimally structured and managed. We are committed to increasing the number of professional brokers we work with and especially those who will have an impact in the industry. Professional advice will become even more important in the years to come. We are a strong believer in collaborating with customers and their advisors. Even if a customer wants to meet with us directly we will always ask them to bring their Employee Benefit advisor into the conversation.

Having an independent professional providing a link between a customer's need and an insurer's offering is in the interest of all parties.

fornecer e que, e mesmo que pudéssemos, duplicaríamos os esforços do corretor. Precisamos de trabalhar em equipa para servir o cliente, e cada um contribuir com as suas forças. Reconhecemos também que os corretores são o consultor de confiança do cliente e queremos trabalhar com eles para desenvolver as melhores soluções possíveis – soluções em que o corretor acredite e possa recomendar com determinação ao seu cliente.

Hanno: Atualmente, mais de 95% dos clientes da CLP procuram conselho junto de consultores de *Employee Benefits* ou de corretores especializados, sublinhando a importância crucial destes ao nível dos benefícios globais. Além de atuarem como consultores do cliente, asseguram também que os produtos e serviços fornecidos pelos seguradores são estruturados e geridos da melhor forma possível. Estamos empenhados em aumentar o número de corretores com quem trabalhamos, especialmente os que vão causar impacto no setor. O aconselhamento profissional tornar-se-á cada vez mais importante nos próximos anos, pelo que, acreditamos fortemente na colaboração com clientes e os seus consultores. Se um cliente quiser reunir-se conosco diretamente, pediremos sempre que o consultor esteja presente e participe na conversa. Ter um profissional independente que estabelece a ligação entre as necessidades do cliente e a oferta de um segurador é do interesse de todas as partes.

Zurich milestones

1872 Zurich was founded as a Marine Reinsurer under the trade name *Versicherungs-Verein* (Insurance Association).

1874 The company's business relations reach as far as New York.

1875 Zurich moves into accident insurance changing its name to Zurich Transport & Accident Insurance, with offices in Germany, Austria and Scandinavia (Denmark, Sweden, Norway).

1878 Zurich offers personal accident policies for workers. Branches open in Belgium, Netherlands and France.

1886 Zurich introduces liability insurance of factories and other industrial premises.

1892 Zurich signs a contract with a professional insurance broker in Belgium. It's the first time that Zurich formally partners with a broker.

1912 Zurich gains the necessary licences to start business in the U.S. By the end of its first business year the American business already makes up 9 per cent of Zurich's overall premium income.

1955 Zurich establishes itself as a one-stop wholesale insurer and changes its name from Zurich General Accident & Liability Insurance Company to Zurich Insurance Company.

1961-65 Zurich enters Australia and Latin America through acquisitions.

1975-76 Zurich International Division (Global Corporate today) is established to develop a concept around the special insurance needs of corporations operating internationally, allowing them to have one umbrella program which covers all facilities of a company worldwide (known now as Zurich International Programs).

1872 Foi fundada como Ressegurador Marítimo, com o nome *Versicherungs-Verein* (Associação de Seguros).

1874 As relações comerciais da empresa estendiam-se já a Nova Iorque.

1875 Passa a dedicar-se aos seguros de acidentes e muda a designação para Zurich Transport & Accident Insurance, com escritórios na Alemanha, Áustria e Escandinávia (Dinamarca, Suécia e Noruega).

1878 Passa a comercializar apólices de seguro de acidentes pessoais para trabalhadores. Abre sucursais na Bélgica, Holanda e França.

1886 Introduz o seguro de responsabilidade civil exploração para fábricas e outros estabelecimentos industriais.

1892 Assina contrato com um corretor de seguros belga. É a primeira vez que a Zurich estabelece formalmente uma parceria com um corretor.

1912 Obtém as licenças necessárias para iniciar atividade nos Estados Unidos. No final do primeiro ano, a atividade neste território representava já 9% do total de prémios da Zurich.

1955 Estabelece-se como segurador one-stop e muda a sua designação, passando de Zurich General Accident & Liability Insurance Company para Zurich Insurance Company.

1961-65 Inicia atividade na Austrália e América Latina através de aquisições.

1975-76 É criada a Zurich International Division (atualmente, denominada Global Corporate) para desenvolver um conceito que visava dar resposta às necessidades especiais das empresas a operar internacionalmente, permitindo-lhes ter um programa global, que abranja as instalações espalhadas pelo mundo (conhecido como Zurich International Programs).

Brokerslink's recent annual conference, where Zurich participated, had the theme "Reinventing the future". How do you see the role of the broker changing in the future?

Mike: As clients become global, single country brokers may find it challenging to cover all the needs of their corporate clients. Participating in a network seems to be a logical choice if brokers want to be a professional player in the corporate and commercial segment. Furthermore, Zurich and perhaps a limited number of other insurers of similar standing will become more global in their interactions with the market and in their product design. This means that brokers should also increasingly work as a globally consistent service provider with clear quality and delivery standards. At first sight the three big global brokers may have an advantage here, but in reality this can be mirrored by independent networks, provided that they have rigorous processes and procedures in place.

Where do you see the opportunities for growth for Zurich?

Mike: While continuing our focus on more mature markets, we are building momentum in emerging markets. We are the foreign insurer with the largest premium volume written in Latin America, following 2011's long-term strategic distribution agreement with Banco Santander, and we continue to see great opportunities in this area.

China we see as a major market with significant potential and aim to develop a long-term presence and are already active in

O tema da recente conferência anual da Brokerslink, onde a Zurich participou, foi "Reinventar o futuro". Como vê a mudança do papel do corretor no futuro?

Mike: À medida que os clientes se tornam globais, os corretores locais podem considerar desafiante satisfazer todas as necessidades dos clientes corporativos. Participar numa rede parece ser a escolha lógica, se os corretores quiserem tornar-se num *player* no segmento empresarial. Além disso, a Zurich – e talvez um número limitado de outros seguradores com estatuto semelhante – tornar-se-á mais global nas interações com o mercado e na conceção de produtos. Isto significa que os corretores devem também, cada vez mais, trabalhar enquanto prestadores de serviços globalmente consistentes e com padrões de qualidade e entrega claros. À primeira vista, os três grandes corretores globais podem ter uma vantagem neste ponto, mas, na realidade, isto pode ser imitado por redes independentes, desde que disponham de processos e procedimentos rigorosos.

Onde vê oportunidades de crescimento para a Zurich?

Mike: Ao mesmo tempo que nos continuamos a focar em mercados mais maduros, estamos a construir uma dinâmica nos mercados emergentes. Somos o segurador estrangeiro com maior volume de prémios na América Latina, na sequência do acordo estratégico de distribuição de longo prazo estabelecido em 2011 com o Banco Santander, e continuamos a ver grandes oportunidades de crescimento nesta área.

1980 Subsequent to opening a representative office in Hong Kong in 1973, Zurich increases its footprint in East and South East Asia, namely in Guam, Malaysia, Philippine, Singapore and Taiwan.

1997-98 Zurich goes on to control one of the 15 most important financial institutions of the United States by acquiring the majority of Scudder Kemper Investments.

1998 Zurich merges with B.A.T. Industries combining insurance and financial services and becomes Zurich Financial Services.

2008 Corporate Life & Pensions (CLP) formed as a globally managed business providing employers with pensions, life insurance and group income protection solutions to offer as part of their benefits package to employees.

2009 Zurich acquires 21st Century, one of the largest U.S. personal car insurance businesses.

2012 Zurich celebrates its 100 years in the United States. Some of the most notable projects we have worked on include the Hoover Dam, Madison Square and the Chicago World Fair. Zurich changes its name to Zurich Insurance Group to fully reflect our business and the role we play in society.

2013 Zurich is a leading multi-line insurance provider with a global network of subsidiaries and offices in Europe, North America, Latin America, Asia-Pacific and the Middle East as well as other markets serving customers in more than 170 countries.

1980 Após a abertura de um escritório de representação em Hong Kong, em 1973, a Zurich aumentou a sua presença na Ásia Oriental e no Sudeste Asiático, passando a estar presente no Guam, Malásia, Filipinas, Singapura e Taiwan.

1997-98 Passa a controlar uma das 15 mais importantes instituições financeiras dos Estados Unidos, adquirindo a maioria do capital da Scudder Kemper Investments.

1998 Funde-se com a B.A.T. Industries combinando seguros e serviços financeiros. Nasce, assim, a Zurich Financial Services.

2008 Surge a Corporate Life & Pensions (CLP), uma unidade gerida globalmente que desenvolve soluções a nível de planos de pensões, seguros de vida e proteção de rendimentos, disponibilizadas aos colaboradores como parte do seu pacote de benefícios.

2009 Adquire a 21st Century, uma das maiores empresas dos Estados Unidos no segmento de seguro automóvel para particulares.

2012 Celebra 100 anos de existência nos Estados Unidos. Entre os mais notáveis projetos em que participou, encontram-se a Hoover Dam (barragem de Hoover), a Madison Square e a Feira Mundial de Chicago. A Zurich muda o nome para Zurich Insurance Group, refletindo inteiramente aquilo que é a sua atividade e o papel que desempenha na sociedade.

2013 É um dos principais fornecedores de seguros multirramos, com uma rede mundial de subsidiárias e escritórios na Europa, América do Norte, América Latina, Ásia-Pacífico e Médio Oriente, entre outros mercados, servindo clientes em mais de 170 países.

Zurich at a glance

Zurich is a leading multi-line insurance provider with a global network of subsidiaries and offices. With over 55,000 employees, we deliver a wide range of general insurance and life insurance products and services for individuals, small businesses, and mid-sized and large companies, including multinational corporations, in more than 170 countries.

Meet some of our 60,000 employees and learn how Zurich continues to build on its strong foundation.

We take a global approach to our resources and capabilities. We have the flexibility and speed to adapt our product and geographic mix to meet changing market conditions. Global processes and systems allow us to get the most from our strengths.

Europe

In Europe, our presence is anchored by major operations in Germany, Italy, Spain, Switzerland and the United Kingdom. We also have a significant presence in Austria, Ireland, Portugal, Russia and Turkey.

North America

In 2012 we celebrated our centennial year in the United States. We began operating in Canada in 1923. Today we are a leading property and casualty insurer in the U.S., and an important auto and home insurer through Farmers.

Asia-Pacific

We started operations in Australia in 1961, when we acquired the Commonwealth General Assurance Corporation Ltd (CGA), originally of New South Wales. Today Zurich Australia has around 1,000 employees. Around Asia there is especially high growth potential in the life market, where young professionals and high net worth customers make up a fast-growing segment. Recent acquisitions in Malaysia and Indonesia give us additional platforms for growth.

Other markets

Zurich is represented in the Latin America market through offices in Mexico, Argentina, Chile and Brazil. In 2012 we signed a long-term alliance with Banco Santander giving us access to around 43 million customers in Brazil, Mexico, Chile, Uruguay and Argentina with our life and general insurance solutions.

Growing our presence in these and other emerging markets reinforces our strong global network and puts us in position to take advantage of long-term growth opportunities.

Our Group

Zurich is a global insurer with superior financial strength, a talented workforce and a highly valued brand. We apply these strengths to help our individual, commercial and corporate customers understand and protect themselves from risk. Acting as one team with one purpose we take a global approach to resources and capabilities. We have the flexibility and speed to adapt our product and geographic mix to meet changing market conditions. We deliver what matters when it matters through three core business segments – General Insurance, Global Life, and Farmers.

General Insurance

Through our General Insurance business segment we aim to help our customers understand and manage the risks they, their families and their business may face.



As a financially strong and global business we work hard to provide innovative products and services to keep our customers on track every day. These are based on their specific needs and delivering when it really matters – from a bump in their car to a business interruption.

We work with a wide range of customers, from individuals to small and medium sized businesses, to large domestic and multinational corporations. Our products and services include:

- For individuals – car, home and general liability
- For small to medium sized businesses – property, casualty, car, workers' compensation, financial lines, speciality products, accident and health
- For large domestic and multinational corporations – captive services, casualty, construction, global energy, marine, financial lines, motor fleet, property, international programs and claims

Our customers can access our products and services through agents, tied agents, brokers or directly from Zurich depending on their needs.

Global Life

Global Life delivers financial protection when our customers need it most. We help individual customers prepare for the future and corporate customers attract and retain the best talent through the provision of attractive employee benefit packages.

Global Life has a strong presence in many of the world's largest and fastest-growing markets. We deliver a wide range of protection and savings propositions through agents, banks, brokers and employee benefit consultants to our 21 million individual and corporate customers.

Every business decision we take is made with the strength of our balance sheet in mind, as ultimately this strength ensures that we will be there for our customers when they need us most. It is with this attention on the customer and financial discipline that we formulate our strategy.

Our strategy focuses on superior market insight to develop and evolve market-leading unit-linked and protection propositions that are relevant to today's marketplace. We use a global approach that can be adapted for local needs as we work with our distribution partners and corporate customers across multiple markets.



Asia for many years, in particular in Mainland China, Hong Kong, Taiwan, Singapore, Japan, Indonesia and Malaysia.

In Africa, we can serve our customers elsewhere and have a presence in South Africa, and Morocco, as well as using third party fronting partners in other African countries.

The world is changing, companies are increasingly globalizing and this brings with it a wealth of complexities, particularly in terms of regulation and compliance. We work to understand those complexities and develop risk management solutions in this area. Our market-leading International Programs proposition gives customers the peace of mind they need confident that they are meeting their responsibilities in the variety of regulatory environments in which their businesses operate.

Hanno: In addition to this, what's also key is finding the sweet-spot for each market. Getting that balance between the right proposition and the right delivery channel opens up a range of possibilities. This is exactly what we have done with CLP. Our success comes from working collaboratively with professional brokers and advisors to provide solutions for large multi-nationals and ensuring that we deliver on what we promise. ■

“We need to work together as a team to serve the customer, each bringing our respective strengths to the table.”

“Precisamos de trabalhar em equipa para servir o cliente, e cada um contribuir com as suas forças.”

No que respeita à China, consideramo-la um importante mercado com significativo potencial e queremos desenvolver uma presença a longo prazo. Já estamos ativos na Ásia há muitos anos, em especial na China Continental, Hong Kong, Taiwan, Singapura, Japão, Indonésia e Malásia.

Em África, podemos servir os nossos clientes na maioria dos países - estamos presentes na África do Sul e em Marrocos, bem como utilizar parceiros de *fronting* noutros países africanos.

O mundo está a mudar e as empresas a globalizar-se cada vez mais, fenómeno que implica uma crescente riqueza de complexidades, especialmente no que toca à regulamentação e ao compliance. Trabalhamos para compreender estas complexidades e para desenvolver soluções de gestão de risco nesta área. A nossa proposta de programas internacionais é líder de mercado e dá aos

clientes a tranquilidade de que precisam, na certeza de que estão a cumprir todas as responsabilidades nos vários ambientes regulamentares em que desenvolvem a sua atividade.

Hanno: Para além disto, é importante encontrar o posicionamento correto para cada mercado. Conseguir manter o equilíbrio entre a proposta certa e o canal de entrega apropriado abre uma variedade de possibilidades. É exatamente isto que temos feito com a CLP. O nosso sucesso advém do trabalho desenvolvido em conjunto com corretores e consultores para disponibilizar soluções para grandes multinacionais, e do facto de assegurarmos que cumprimos o que prometemos. ■