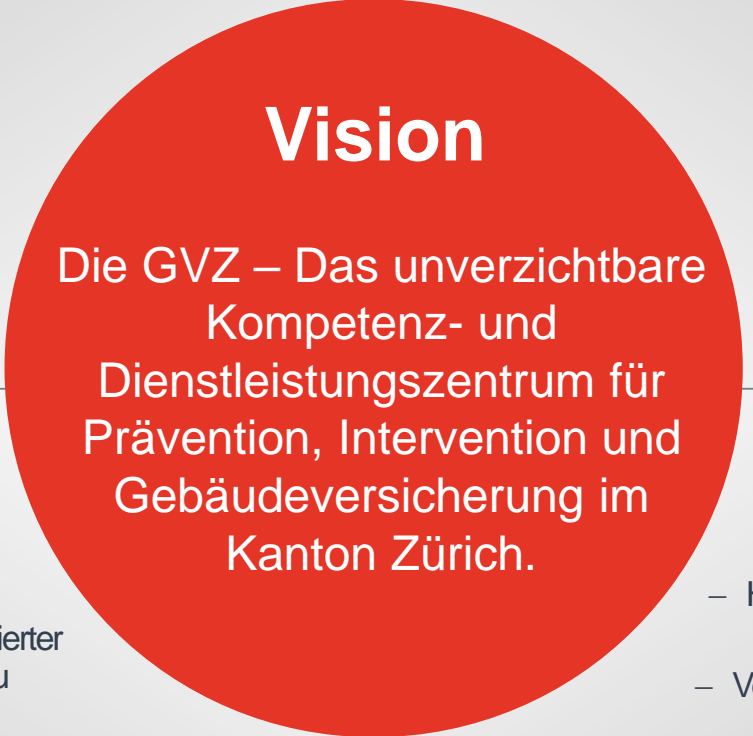


Historie / Ausgangslage

- Grossen Schritt ins digitale Zeitalter geschafft
- Kulturwandel eingeleitet und systematisch vorangetrieben
- Veränderungsprozess hat Mitarbeitende stark gefordert/beansprucht
- Heute ein kundenorientiertes, solventes und gut organisiertes Unternehmen
- Kompetente und motivierte Mitarbeitende

Basisstrategie

- Eingeschlagener Weg unter sorgfältiger Beachtung der Ressourcen konsequent und fokussiert fortführen
- Multichannel-Strategie fokussiert weiterführen (getrieben durch digitalen Ausbau)
- Auf nationaler Ebene weiter aktiv bleiben und gestalterisch Einfluss nehmen
- Basisstrategie 2021-2024 (Motto): "Dranbleiben mit Mass"



- Wahrnehmung als kompetente, effiziente und verlässliche Partnerin im Kanton Zürich für Prävention, Intervention u. Gebäudeversicherung
- Von den Kunden attestierter optimaler Schutz zu günstiger, stabiler Einheitsprämie.
 - Tiefste KGV-Ø-Prämie: Halten Spitzenposition
 - Zielrendite auf Anlagen $\geq 3.5\%$
 - Swiss Solvency Test: $\geq 230\%$
 - Reduktion CO2-Ausstoss Gebäudepark GVZ
- Kundenzufriedenheit BS: Neu auch messen
 - Halten hohe Leistungsbereitschaft der FW
 - Kundenzufriedenheit VER: Halten guter Stand 2018
 - Mitarbeiterzufriedenheit: Verbessern

- Kunden
 - Halten Kundenzufriedenheit
 - Steigerung Solvenz
 - Verbesserung Wahrnehmung Brandschutz
- Mitarbeitende
 - Steigerung Mitarbeiterzufriedenheit
 - Entwicklung Personal
 - Pflege Kultur
 - Stärkung Gesundheitsprävention
- Unternehmen
 - Weiterentwicklung Digitalisierung
 - Umsetzung Klima-Leitbild/Nachhaltigkeit
 - Weiterentwicklung Team
 - Weiterentwicklung Organisation
- Partner
 - Erhalt hohe Einsatzbereitschaft FW
 - Aktivitäten GVZ ausserhalb Kanton ZH
 - Ausbau digitale Schnittstellen

Strategische Ziele

Schwerpunkte der Umsetzung