

Helvetia Gruppe

Erich Walser, Präsident des Verwaltungsrates
und CEO

1

Programm:

- Die Unternehmensstrategie
- Die Finanzzahlen
- Das Schweizer Geschäft
- Das Auslandgeschäft
- Zusammenfassung und
Ausblick
- Fragen und Antworten

2

- Wir sind eine Gruppe von **eigenständigen, strategisch gut positionierten** und finanziell erfolgreichen Geschäftseinheiten in stark **national geprägten** Versicherungsmärkten.
- Wir zählen **im Heimmarkt** zu den **führenden** Versicherungsunternehmen und sind im Ausland ein hoch angesehener **fokussierter** Versicherungsdienstleister, der sich durch eine erkennbare **schweizerische Identität** sowie hohe **Qualitäts- und Serviceorientierung** auszeichnet.

Die Helvetia im Überblick

Geschichte

1858

Gründung der «Helvetia Allgemeinen Versicherungs-Gesellschaft», St.Gallen

1878

Gründung der Genossenschaft «Patria, Schweiz. Lebensvers.-gesellschaft», Basel

1996

Zusammenschluss Helvetia & Patria und Gründung der Helvetia Patria Holding

Kennzahlen

Ungefähr 2 Millionen Kunden im Leben- und Nicht-Lebengeschäft



CHF 5.2 Mia. gebuchte Bruttoprämien im Leben- und Nicht-Lebengeschäft 2005

Nr. 5 in der Schweiz ⁽¹⁾, Nischenversicherer in anderen europ. Märkten

Rund 4'700 Mitarbeitende in 6 europ. Ländern

Börsenkapitalisierung von CHF 3.2 Mia.

Die Unternehmensstrategie

Die Säulen unserer Strategie

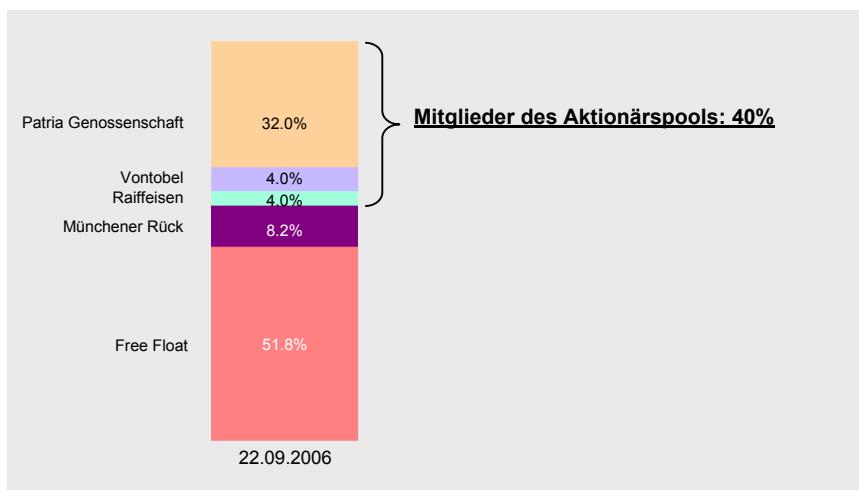
Kunden	Service	Organisation	Profitabilität
<ul style="list-style-type: none">■ Privatkunden■ KMU■ Ländliche Regionen	<ul style="list-style-type: none">■ Unterscheidung zu grossen Versicherern durch<ul style="list-style-type: none">➢ Qualität und➢ Service	<ul style="list-style-type: none">■ Dezentrale Organisation■ Unabhängige Geschäftseinheiten■ Vertrieb durch zusätzliche strategische Allianzen	<ul style="list-style-type: none">■ Nachhaltige Ertragskraft■ Kosten-/Schadensatz netto unter 96%■ Marktübliches Wachstum

Schweizer Identität: «Vertrauen, Dynamik, Begeisterung» 

- Interaktives Rating 'A-', für beiden Kengesellschaften ("Strong Fundamentals; Outlook Stable")
- Bessere Marktchancen in einzelnen Segmenten
- Stärkere Position am Kapitalmarkt

7

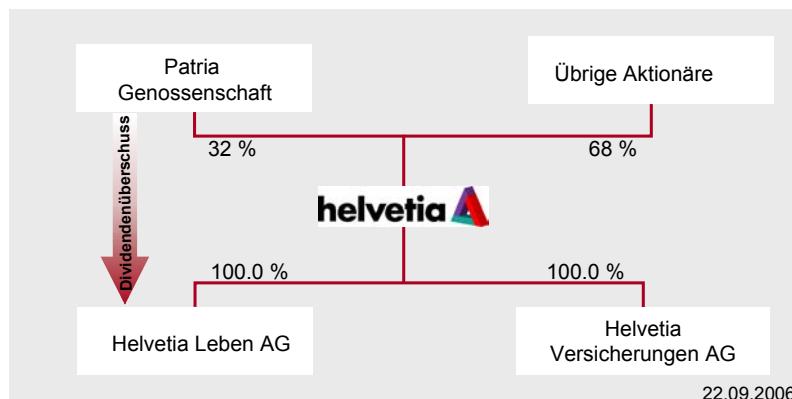
Die Aktionärsstruktur



8

Unser Aktionariat

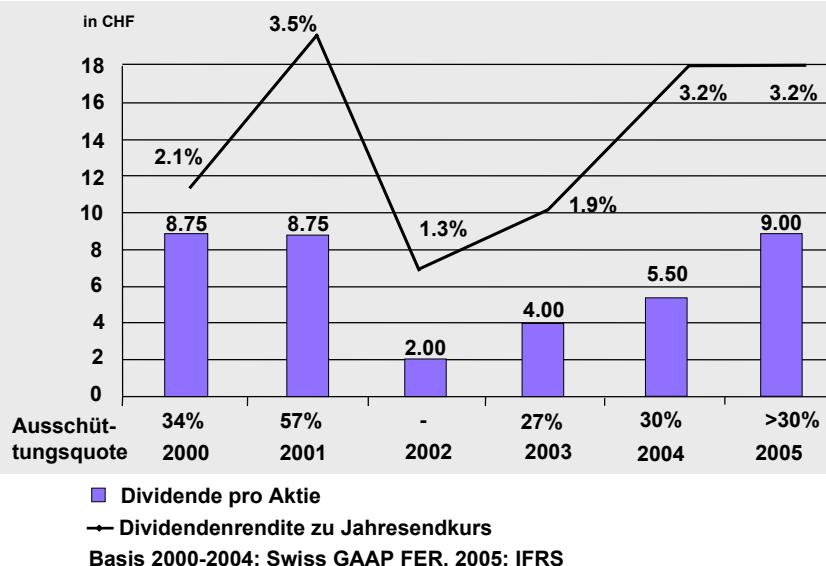
helvetia 



9

Nachhaltige Dividendenpolitik

helvetia 



10

Die Finanzzahlen

Das 1. Halbjahr 2006 auf einen Blick

in Mio. CHF (wenn nicht anders vermerkt)

Das Wichtigste	1. HJ 06
■ Markante Steigerung des Gewinns	162.9
■ Nur leicht rückläufiges Prämienvolumen	3 227.4
■ Hervorragende Combined Ratio netto NL	95.6%
■ Höhere Ertragskraft in Leben	+ 133%
■ Ansprechendes Anlageergebnis	473.7
■ Gute Eigenkapitalbasis	2 367.8
■ Hohe Eigenkapitalrendite (annualisiert)	13.4%

Eckwerte 1. Halbjahr 2006

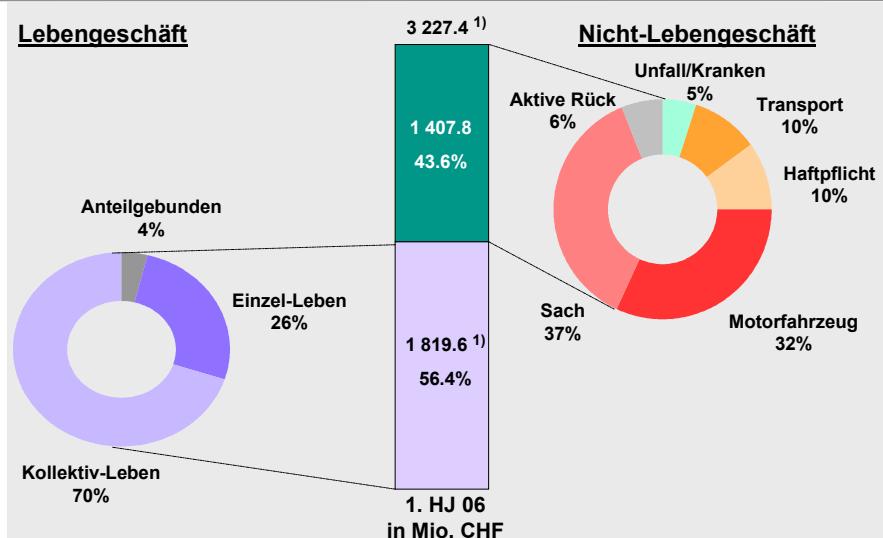
in Mio. CHF	1. HJ 06	Vorjahr	+/-
Gebuchte Bruttoprämien	3 227.4	3 267.8	-1.2%
Gebuchte Prämien für eigene Rechnung	3 070.1	3 118.1	-1.5%
Ergebnis aus Kapitalanlagen¹⁾	473.7	658.8	-28.1%
Kapitalanlagen (30.6.06 vs. 31.12.05)	27 851.9	27 783.2	+0.2%
Anlageperformance netto nach IFRS in %²⁾	0.2	3.2	-3.0%-Pt.
Periodenergebnis des Konzerns	162.9	116.4	+39.9%
Combined Ratio brutto in %^{3) 4)}	93.9	90.5	+3.4%-Pt.
Combined Ratio netto in %^{3) 4)}	95.6	94.0	+1.6%-Pt.
Kostensatz Leben netto in %⁴⁾	9.5	9.4	+0.1%-Pt.
Kons. Eigenkapital (30.6.06 vs. 31.12.05)	2 367.8	2 480.8	-4.6%
Annualisierte Eigenkapitalrendite in %	13.4	11.0	+2.4%-Pt.
Gruppensolvenz in % (30.6.06 vs. 31.12.05)⁵⁾	220.5	242.0	-21.5%-Pt.

1) Umfasst neben Zins- und Dividendenertrag, Gewinnen / Verlusten auf Finanzanlagen und Ertrag aus Liegenschaften zu Anlagezwecken auch das Ergebnis aus Beteiligungen an Assoziierten und direkt zurechenbare Kosten
 2) Erfolgswirksames und -neutrales Ergebnis aus Kapitalanlagen in % des durchschnittlich investierten Kapitals (ohne anteilgebundene Lebensversicherung); exkl. HTM/LAR

3) In die Berechnung sind alle Kostenarten eingeflossen ('All in')
 4) In % der verdienten Prämien
 5) Anrechenbares Kapital in % der Solva I Erfordernis gemäss ISVAP

13

Das Prämienvolumen nach Branchen

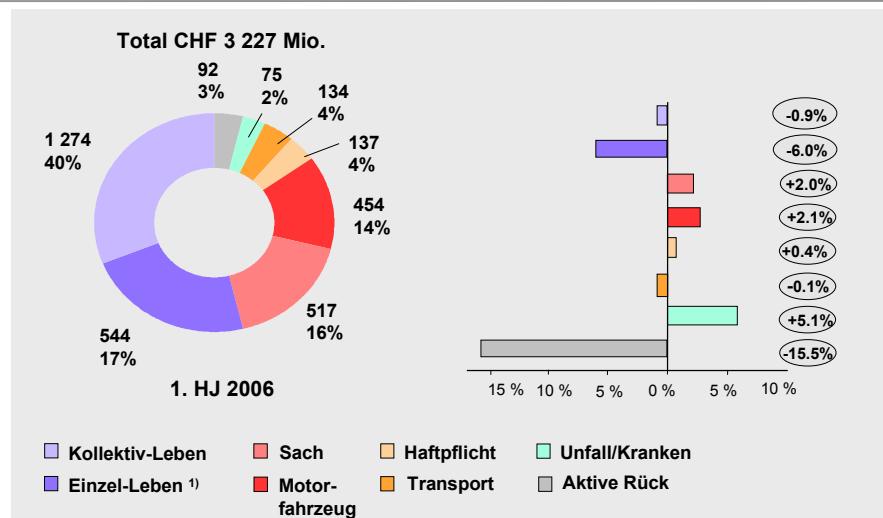


1) Inklusive Aktive Rückversicherung

14

Das Prämienwachstum nach Branchen

helvetia 



1) Inkl. anteilgebundene Lebensversicherung

15

Nicht-Leben: Resultat auf hohem Niveau konsolidiert

helvetia 

in Mio. CHF	1. HJ 06	1. HJ 05	+/-
Gebuchte Bruttoprämien	1 407.8	1 400.7	+0.5%
Laufender Erfolg auf Kapitalanlagen	68.1	63.1	+7.9%
Gewinne und Verluste auf Kapitalanlagen	7.0	25.6	-72.7%
Schadenaufwand (brutto)	-706.5	-675.5	+4.6%
Technische Kosten (brutto)	-391.3	-373.4	+4.8%
Ergebnis vor Steuern	110.3	119.3	-7.5%
Schadensatz (netto)¹⁾	61.2%	60.8%	+0.4%-Pt.
Kostensatz (netto)¹⁾	34.4%	33.2%	+1.2%-Pt.
Combined Ratio (netto)^{1,2)}	95.6%	94.0%	+1.6%-Pt.

1) In % der verdienten Prämien

2) In die Berechnung sind alle Kostenarten eingeflossen ('All in')

16

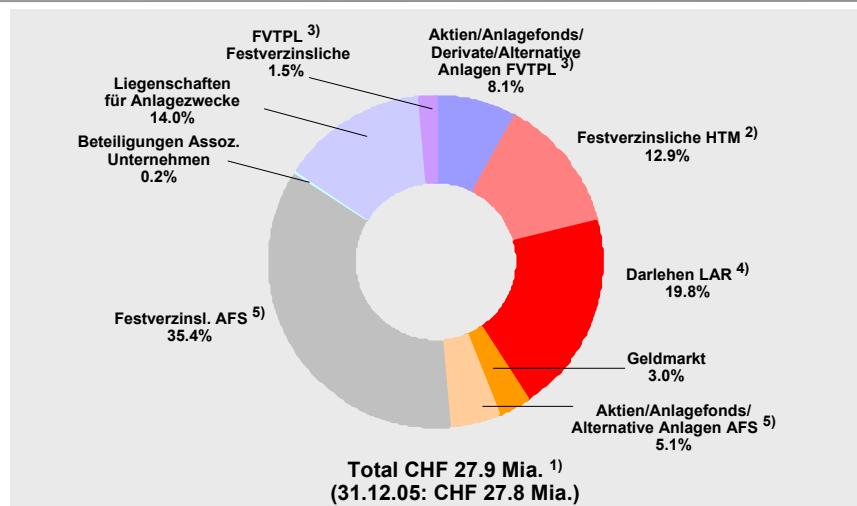
in %	CH	D	I	E	A	F	ARV	Total
Schadensatz (brutto)	59.7	54.2	67.3	55.7	64.4	55.6	65.4	60.5
Kostensatz (brutto)	29.6	38.9	29.0	32.3	37.7	25.2	33.6	33.5
Combined Ratio (brutto)	89.3	93.1	96.3	88.0	102.1	80.8	99.0	94.0
Combined Ratio HJ05 (brutto)	87.7	90.2	91.5	87.5	96.5	69.3	104.1	90.5
Veränderung gegenüber HJ05 (%-Pt.)	+1.6	+2.9	+4.8	+0.5	+5.6	+11.5	-5.1	+3.5

in Mio. CHF	1. HJ06	1. HJ05	+/-
Gebuchte Bruttoprämien	1 819.6	1 867.1	-2.5%
Prämien mit Anlagecharakter¹⁾	0.5	0.3	+66.7%
Laufender Erfolg auf Kapitalanlagen	366.8	348.3	+5.3%
Gewinne und Verluste auf Kapitalanlagen	21.6	206.8	-89.6%
Versicherungsleistungen und Veränderung Deckungskapital (brutto)	-1 487.0	-1 695.5	-12.3%
Aufwand für Überschussbeteiligungen der Versicherten (brutto, inkl. Latenzrechnung)	-58.9	-122.7	-52.0%
Technische Kosten (brutto)	-141.7	-143.1	-1.0%
Kostensatz netto in Prozent²⁾	9.5	9.4	+0.1%-Pt.
Ergebnis vor Steuern	93.9	40.3	+133.0%

1) Nicht in der Erfolgsrechnung erfasste Sparanteile an Prämien aus Investmentverträgen

2) In % der verdienten Prämien

Struktur der Kapitalanlagen per 30.06.2006



1) Umfasst Kapitalanlagen gemäss konsolidierter Bilanz

4) Darlehen

2) Bis zum Verfall gehaltene Finanzanlagen

5) Jederzeit verkäufliche Finanzanlagen

3) Erfolgswirksam zum Fair Value bewertete Finanzanlagen

19

Asset Management: Konstante Erträge

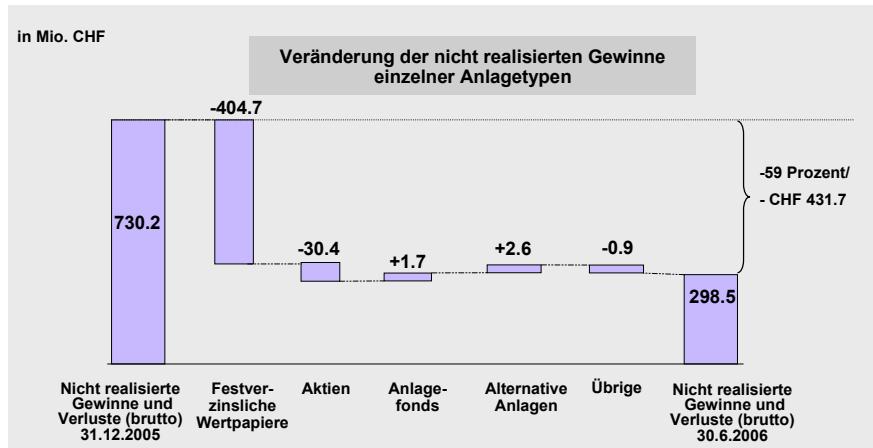
in Mio. CHF	1. HJ 06	1. HJ 05	+/-
Laufender Erfolg aus Liegenschaften für Anlagezwecke	82.6	76.3	+8.3%
Zins- und Dividendertrag	362.6	345.2	+5.0%
Gewinne und Verluste aus Liegenschaften für Anlagezwecke	-15.6	-23.9	-34.7%
Gewinne und Verluste auf Finanzanlagen	47.4	265.5	-82.1%
davon Festverzinsliche Aktien, Anlagefonds, Derivate	-7.2	75.4	-109.5%
Übrige	54.0	187.6	-71.2%
	0.6	2.5	-76.0%
Übriger Anlageerfolg	-3.3	-4.3	-23.3%
Ergebnis aus Kapitalanlagen	473.7	658.8	-28.1%
Annualisierte direkte Rendite ¹⁾	3.3%	3.2%	+0.1%-Pt.
Anlageperformance netto nach IFRS ²⁾	0.2%	3.2%	-3.0%-Pt.

1) Zinsen, Dividenden und Erfolg auf Liegenschaften für Anlagezwecke in % des durchschnittlich investierten Kapitals (ohne anteilgebundene Lebensversicherung)

2) Erfolgswirksames und -neutrales Ergebnis aus Kapitalanlagen in % des durchschnittlich investierten Kapitals (ohne anteilgebundene Lebensversicherung); exkl. HTM/LAR

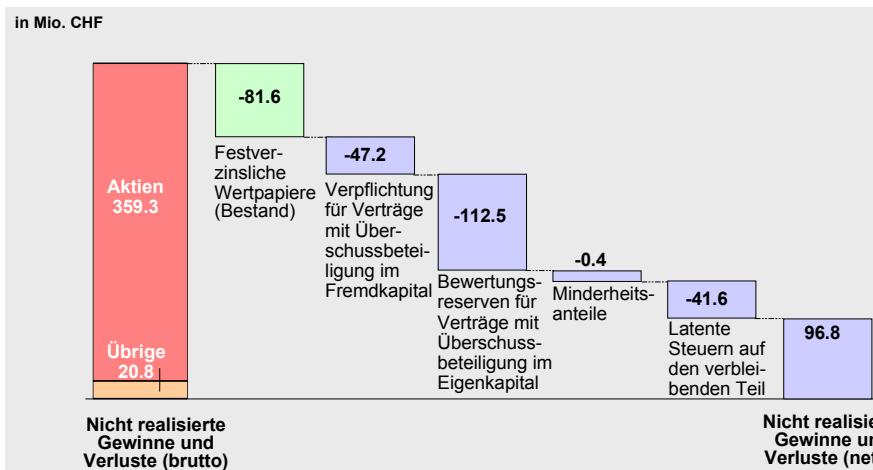
20

Nicht realisierte Gewinne und Verluste auf Kapitalanlagen (brutto)



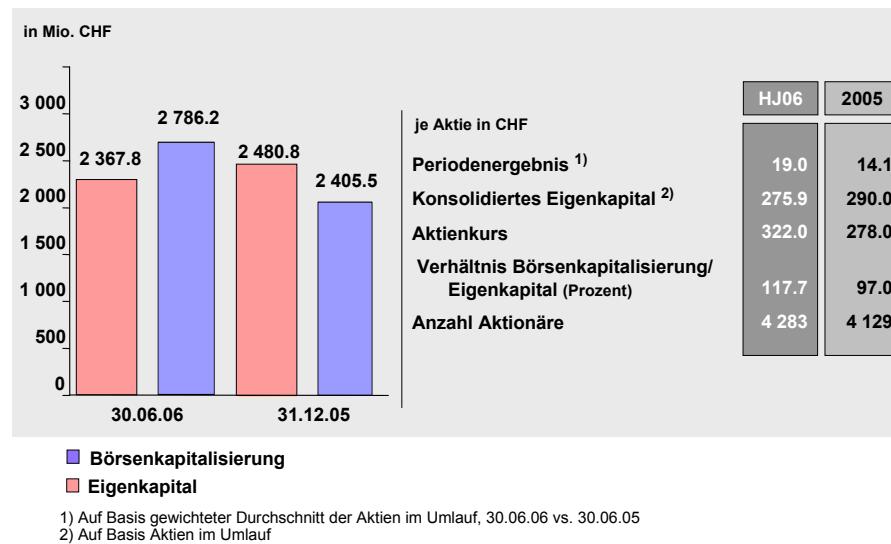
21

Nicht realisierte Gewinne und Verluste auf Kapitalanlagen (netto)



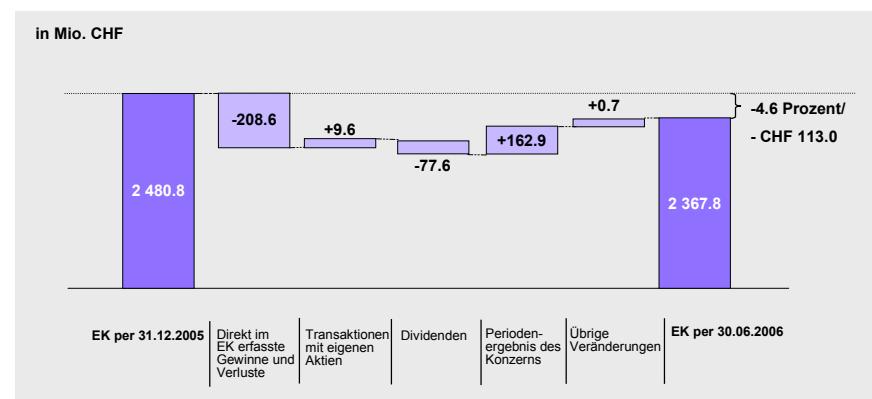
22

Entwicklung des Eigenkapitals/ Vergleich Börsenkapitalisierung



23

Veränderung des Eigenkapitals per 30.06.2006



24

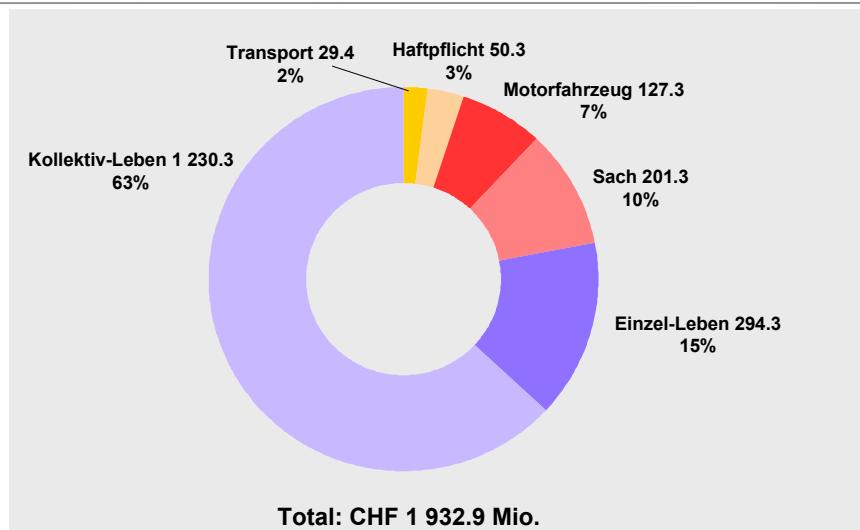
Das Schweizer Geschäft

Unser Track Record im 1. Halbjahr 2006: Ziele deutlich übertroffen

Ziele für 2006	Ergebnisse		Anmerkungen
Nachhaltige Sicherstellung der Rentabilität in CH Geschäft	Gewinn von CHF 103 Mio.	✓	ROE-Ziele deutlich übertroffen
Ertragsorientiertes Wachstum in Leben und Nicht-Leben	Wachstum von 3.2 % in NL, Rückgang in L mit - 3.8%	✓ / -	Rückkehr zu Wachstum in Sach, schwierige Marktbedingungen in Leben
Combined Ratio netto unter 100%	CR netto von 95.5%	✓	Anhaltend hohe Profitabilität in NL
Kosten- und Effizienzgewinne	Kosten unter Vorjahr und Budget	✓	
Weiterentwicklung der Produktpalette	Neue Produkte in EL, KL und NL	✓	Neue EU-Versicherung und Produktpalette NL 'rund ums Haus' erfolgreich eingeführt
Ausbau alternative Kundenzugänge	Implementierung Bau- und Gebäudevers. bei Raiffeisen	✓	Potential wird sukzessive ausgeschöpft

Schweiz: Bruttoprämien nach Branchen

helvetia 



27

Schweiz: Prämien im Lebengeschäft

helvetia 

in Mio. CHF	30.06.06	30.06.05	+/-
Gesamtprämiens Leben Direkt	1 524.6	1 583.8	-3.7%
Periodische Prämien Einzel Einmaleinlagen Einzel	201.1 93.2	201.0 130.2	0.0% -28.4%
Total Einzel-Leben	294.3	331.2	-11.1%
Periodische Prämien Kollektiv Einmaleinlagen Kollektiv	767.6 462.7	739.5 513.1	+3.7% -9.8%
Total Kollektiv-Leben	1 230.3	1 252.6	-1.8%

- **Einzel-Leben:** Im schwierigen Marktumfeld periodische Prämien gehalten, Rückgang bei klassischen Einmalprämien; Wachstum bei fondsgebundenen Produkten
- **Kollektiv-Leben:** Wachstum bei periodischen Prämien, Rückgang bei den Einmalprämien infolge gebremstem Akquisitionsvolumen

28

Ergebniskomponente	Entwicklung	Anmerkungen
Todesfallversicherung	+	Konstant gute Ergebnisse
Invaliditätsversicherung	++	Gute Konjunkturlage und weiterhin selektive Zeichnungspolitik v.a. in KL
Kosten(zuschläge)	+	Weitere Verbesserungen in allen Bereichen
Kapitalanlagen	+	Ansprechendes Anlageergebnis

Schweiz: Prämien im Nicht-Lebengeschäft

in Mio. CHF	30.6.06	30.6.05	+/-
Gesamtprämien Nicht-Leben	408.3	395.5	+3.2%
Sach	201.3	194.2	+3.7%
Transport	29.4	30.2	-2.6%
Motorfahrzeuge	127.3	120.6	+5.6%
Haftpflicht	50.3	50.5	-0.4%

- Attraktives Wachstum mit erfreulicher Trendwende in Sach
- Prämienwachstum im Privatkundengeschäft dank neuer Produktpalette ('rund ums Haus') und guter Vertriebsleistung des eigenen Aussendienstes
- Spürbar weicherer Markt im Firmenkundensegment

	30.06.06	30.06.05
Bruttoprämiens (in Mio. CHF)	408.3	395.5
Schadensatz brutto (%)	59.7%	56.9%
Kostensatz brutto (%)¹⁾	29.6%	30.8%
Combined Ratio brutto (%)^{1) 2)}	89.3%	87.7%
Combined Ratio netto (%)^{1) 2)}	95.5%	96.9%

- Ausgezeichnete Ertragskraft
- Gesundes Portefeuille, keine Grossschäden

1) In % der verdienten Prämien

2) 'All in'

Ausblick für das Schweizer Geschäft

Kollektiv-Leben

- Ertragsorientiertes Wachstum
- BVG-Invest als Ergänzungsangebot

Einzel-Leben

- Wachstumsimpulse durch neue Tarife und Produkte
- Ausbau der Verknüpfung mit Raiffeisen

Nicht-Leben

- Weiterentwicklung neue Kundenzugänge
- Ausbau der Verknüpfung mit Raiffeisen

Marke Helvetia

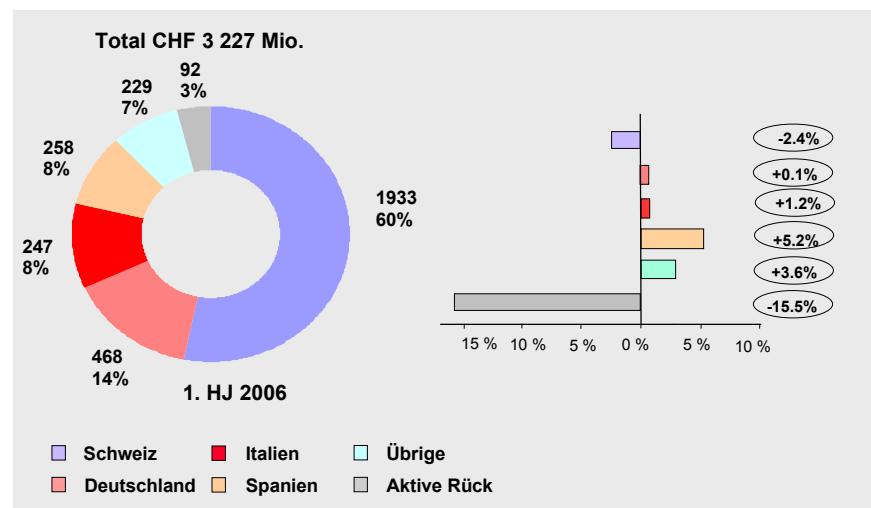
Steigerung der Markenbekanntheit mit Präsenz im dynamischen Skisport

Strategie 2010

Initialisierung 'Go for growth'

Die ausländischen Geschäftseinheiten

Prämien nach Ländern



Erfolgreiche Geschäftseinheiten (I)

Deutschland	Italien	Spanien
<ul style="list-style-type: none"> ■ Deutlich höherer Gewinnbeitrag ■ Striktes Kostenmanagement ■ Hohes Wachstum im Leben-Geschäft ■ Attraktive Produkte ■ Hohe Qualität und ausgezeichneter Service 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Gutes Ergebnis dank tiefer Combined Ratio ■ Ausgezeichnetes Wachstum im Nicht-Leben-Geschäft ■ Gute Schadenbelastung ■ Effizienzgewinne dank moderner IT-Lösung 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Verbesserung der Portefeuillequalität im Mfz-Geschäft ■ Hohes Wachstum in den übrigen NL-Branchen sowie im Lebengeschäft ■ Tiefe Schadenbelastung ■ Neue Produkte in der Hausratversicherung
<p>Anteil am Prämienvolumen: 14% Anteil am Vorsteuergewinn: 20.4%</p>	<p>Anteil am Prämienvolumen: 8% Anteil am Vorsteuergewinn: 5.6%</p>	<p>Anteil am Prämienvolumen: 8% Anteil am Vorsteuergewinn: 11.9%</p>

Erfolgreiche Geschäftseinheiten (II)

Österreich	Frankreich	Aktive Rück
<ul style="list-style-type: none"> ■ Stärkung der Ertragskraft in Leben ■ Erfreuliches Wachstum, v.a. im Lebengeschäft ■ Produkt- und Qualitätsoffensive ■ Dynamisches Wachstum und hohe technische Ertragskraft von Helvetia Transportversicherungen 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Hervorragende Portefeuillequalität ■ Strenge Risikoselektion ■ Moderater Schadenverlauf ■ Strikte Kostenkontrolle dank schlanker Organisation ■ Erweiterte Produktpalette ■ Stärkung der Vertriebskraft 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Sehr gutes Geschäftsergebnis ■ Selektive Zeichnungspolitik ■ Keine Grossschadeneignisse ■ Portefeuille weiter diversifiziert und leicht ausgebaut

Weitere ausländische Geschäftseinheiten

Zusammenfassung und Ausblick

Gesamtbeurteilung

- | | |
|--|---|
| ■ Gewinnwachstum/RoE | ✓ |
| ■ Technisches Ergebnis Leben/Nicht-Leben | ✓ |
| ■ Combined Ratio (Kosten-/Schadenmgt.) | ✓ |
| ■ Risikofähigkeit | ✓ |
| ■ Eigenkapital | ✓ |
| ■ Positiver Gewinnbeitrag aller Geschäftseinheiten | ✓ |
| ■ Wachstum | - |

Wachstum	Massnahmen eingeleitet
Schadenverlauf	Gutes Niveau in der 'Normalschadenlast' halten
Kosten	Budgetkonform
Kapitalanlagen	Abhängig vom Markt, konsequente Weiterführung des Risikomanagements
Rückstellungen für Überschussbeteiligung Leben	Weniger Zuführung als 2005

Strategie 2007 - 2010

Eckwerte der neuen Strategie (I)

Mit der neuen strategischen Ausrichtung soll ein deutlich stärkeres Wachstum erreicht und gleichzeitig die gute Ertragskraft der Gruppe gesteigert werden.

Wir setzen dabei auf einen eigenständigen Wachstumskurs mit folgenden Zielen:

- Überdurchschnittliches organisches Wachstum in allen Ländermärkten und Branchen,
- Verbesserung unserer Position durch strategische Akquisitionen,
- Return on Equity (ROE) nach Steuern von mindestens 10 Prozent,
- weitere Erhöhung der Kapitalmarktfähigkeit.

Eckwerte der neuen Strategie (II)

Geografisch wollen wir uns auf die bestehenden Ländermärkte fokussieren, weil wir von deren Wachstumspotenzial und nachhaltigen Ertragsgrundlage überzeugt sind.

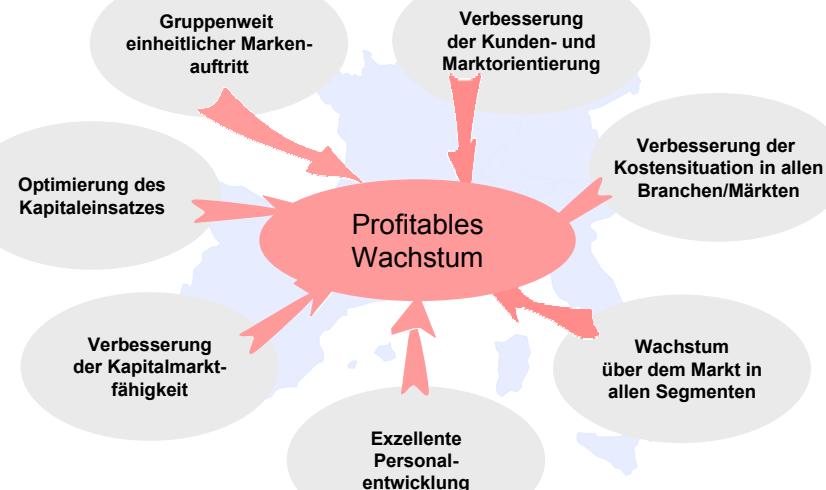
Der Fokus unserer Tätigkeit liegt weiterhin in der Schaffung von Mehrwert für Privat- und KMU-Kunden. Diese sollen durch einfache und innovative Produkte sowie durch einen exzellenten Service vom Mehrwert unserer Leistungen überzeugt werden.

Folgende Aktivitäten stehen dabei im Vordergrund:

- Stärkung der Vertriebskraft
- Systematisierung der Marktbearbeitung
- Ausbau von Vertriebskanälen und Erschliessung neuer Distributionswege
- Differenzierung durch Qualität und Service

Geschäftsziele der Gruppe für 2007-2010

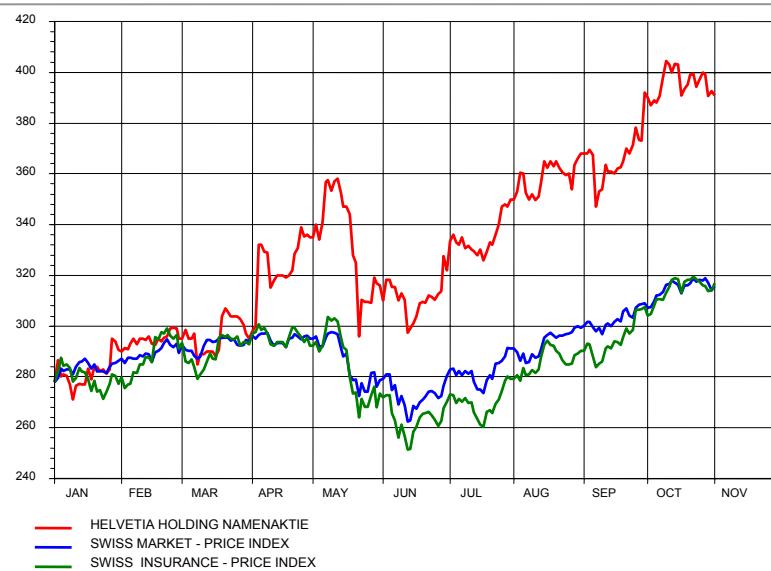
helvetia 



43

Die Helvetia im Branchenvergleich 1.1.2006 bis 1.11.2006

helvetia 



44

Attraktive Investition



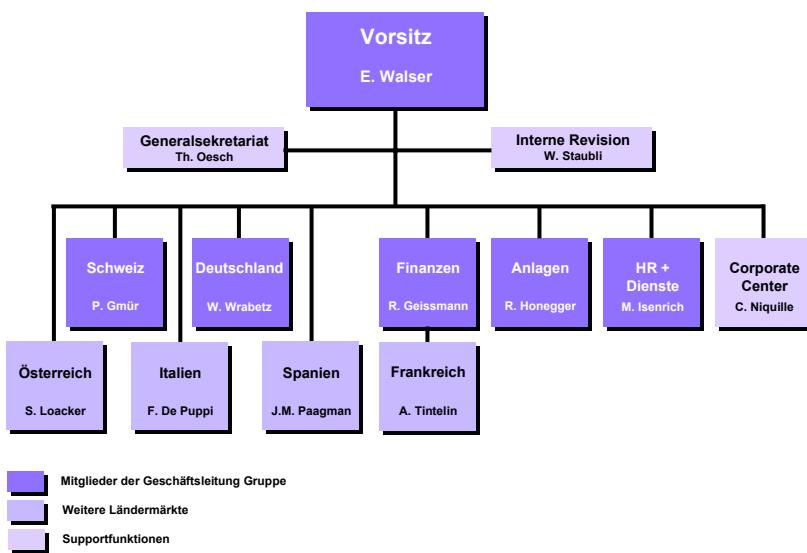
Schweizer Identität: «Vertrauen, Dynamik, Begeisterung»



Fragen Sie uns -

Anhang

Die Geschäftsleitung auf einen Blick



Meilensteine unserer Geschichte



- 1858 Gründung der Allgemeinen Versicherungs-Gesellschaft Helvetia, St.Gallen
- 1861 Gründung der Helvetia Schweizerische Feuerversicherungs-Gesellschaft, St.Gallen
- 1862 Gründung von Niederlassungen in Deutschland
- 1878 Gründung der Genossenschaft «Patria, Schweizerische Lebensversicherungsgesellschaft» in Basel
- 1920-1962 Gründung von Niederlassungen und Tochtergesellschaften der Helvetia in Frankreich, Italien, Österreich, Belgien (verkauft 1985), Griechenland (verkauft 1997), Holland (verkauft 1995) und Kanada (verkauft 1999)
- 1974 Fusion der Helvetia Feuer und der Helvetia Allgemeinen, St.Gallen
- 1986-1988 Weitere Tochtergesellschaften der Helvetia in Spanien, Italien und Deutschland
- 1992 Beginn der Partnerschaft zwischen Helvetia und Patria
- 1996 Gründung der Helvetia Patria Holding, St.Gallen
- 1998 Akquisition der La Vasco Navarra (Spanien); Erwerb des Portefeuilles der NCD (Italien)
- 1999 Zusammenschluss der beiden Gesellschaften La Vasco Navarra und Cervantes Helvetia zur Helvetia CVN, Madrid/Pamplona
- 2000 Erwerb des südspanischen Versicherers Previsión Española, Sevilla
- 2001 Erwerb der Norwich Union Vita, Mailand; Umbenennung in Helvetia Life
- 2002 Erwerb des Transportversicherungsgeschäfts der britischen Royal & Sun Alliance in Frankreich
- 2003 Fusion der beiden Gesellschaften Previsión Española und Helvetia CVN zur Helvetia Previsión mit Sitz in Sevilla
- 2004 Akquisition zweier Transportversicherungs-Portefeuilles in Frankreich
- 2005 Zusammenschluss der beiden italienischen Gesellschaften Helvetia Vita und Helvetia Life zur Helvetia Vita mit Sitz in Mailand
- 2005 Erwerb des Versicherungsportefeuilles der Sofid Vita in Italien
- 2006 Helvetia Patria Holding Umbenennung in Helvetia Holding AG

49

Wichtige Termine



- **29.03.2007** Geschäftsergebnisse 2006: Analysten- und Medienkonferenz in Zürich
- **04.05.2007** Ordentliche Generalversammlung in St.Gallen
- **07.09.2007** Publikation der Halbjahresergebnisse 2007

50

Kontakt:



Adresse: Helvetia Gruppe
Hauptsitz
Dufourstrasse 40
CH-9001 St.Gallen
Schweiz

Investor Relations Office: Daniel Schläpfer,
Leiter Unternehmenskommunikation

Telefon: +41 58 280 493 54 48
Telefax: +41 58 280 493 55 89
E-Mail: daniel.schlaepfer@helvetia.ch
Internet: www.helvetia.com