

**Helvetia Gruppe
Jahresabschluss 2006**

Herzlich willkommen

Programm

- | | |
|--|------------------|
| n Die wichtigsten Ergebnisse | Erich Walser |
| n Die Finanzzahlen | Roland Geissmann |
| n Das Schweizer Geschäft | Philipp Gmür |
| n Das Auslandgeschäft | Erich Walser |
| n Ausblick, Strategie, bedingtes Kapital | Erich Walser |
| n Fragen und Antworten | |

Hervorragendes Resultat

Erich Walser, CEO

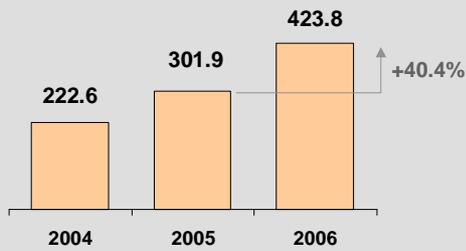
Helvetia in Hochform: Bestes Ergebnis aller Zeiten

Highlights (CHF Mio. bzw. %)	2006	2005
n Gewinn über 40% gesteigert	423.8	301.9
n Ausgezeichnete Eigenkapitalrendite	16.2%	13.4%
n Deutliche Stärkung der Eigenkapitalbasis (+10%)	2738.4	2480.8
n Ausgezeichnete Aktienkursentwicklung (+44%) [CHF]	401.5	278.0
n Brutto-Combined Ratio: Weitere markante Fortschritte	93.2%	95.2%
n Embedded Value manifestiert Leben-Profitabilität	1881.7	1673.6
n Weitere Marktanteilsgewinne: <ul style="list-style-type: none"> n Schweiz (NL und L) n Italien (NL) n Deutschland (L) n Spanien (L) 		

Helvetia Gruppe: Ausgezeichnetes Resultat

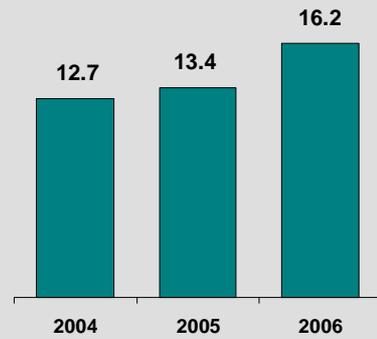


Periodenergebnis des Konzerns nach Steuern (CHF Mio.)



▫ Konzerngewinn: Steigerung um über 40%

Eigenkapitalrendite (%)



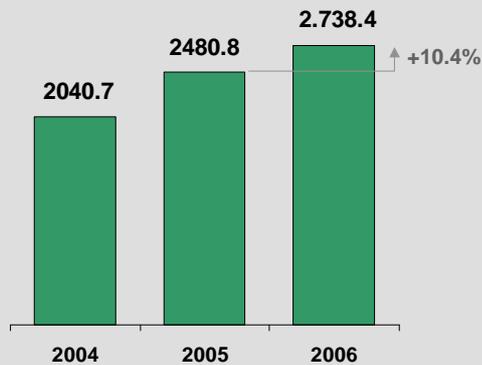
▫ Eigenkapitalrendite klar über der 15%-Zielmarke

5

Helvetia Gruppe: Eigenkapital und Bruttoprämien

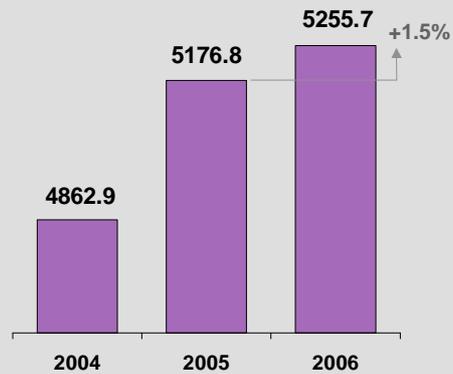


Eigenkapital (CHF Mio.)



▫ Deutliche Stärkung der Eigenkapitalbasis

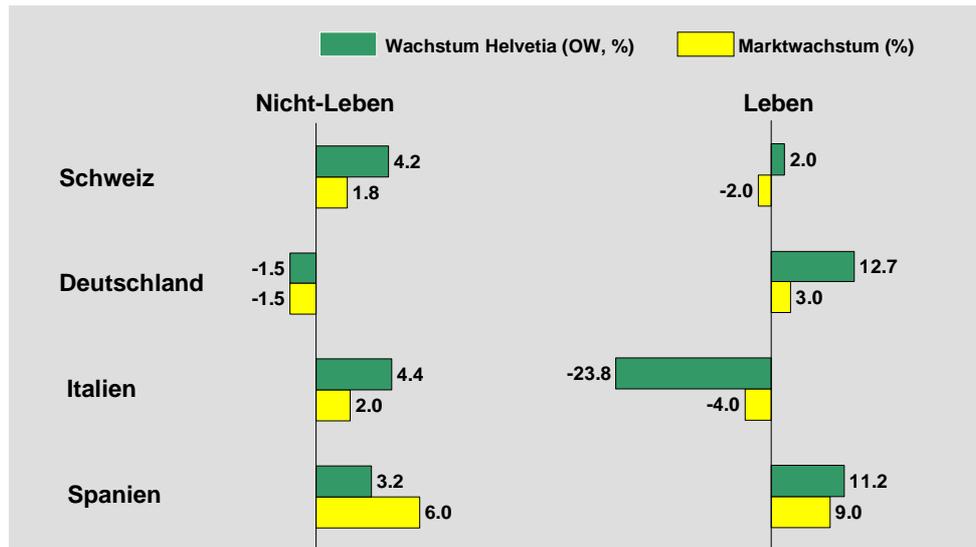
Bruttoprämien (CHF Mio.)



▫ Weitere Marktanteils-gewinne

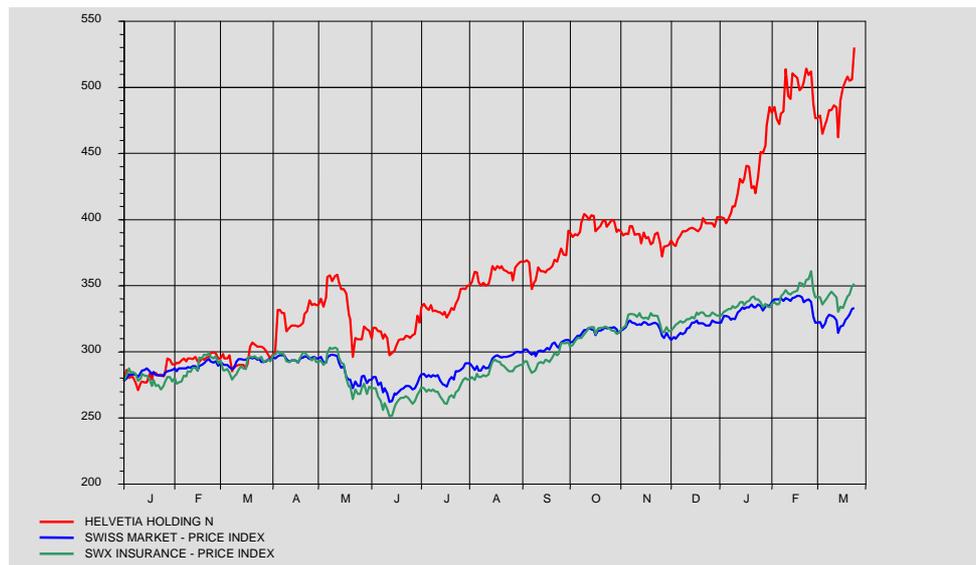
6

Helvetia Gruppe versus Markt

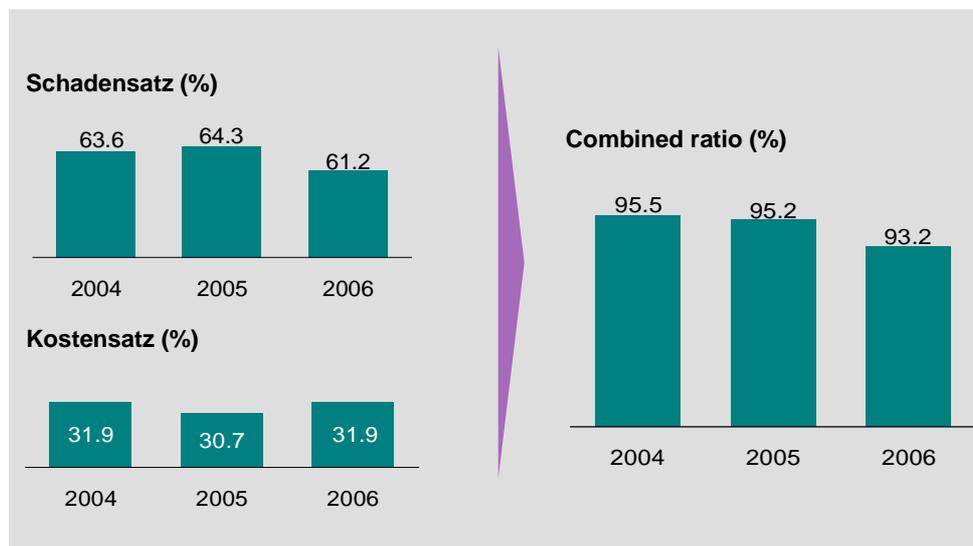


7

Helvetia-Aktie markant besser als Indizes: Aktienkursentwicklung vom 1.1.2006 bis 23.03.2007



8



Ziele für 2006	Ergebnisse		Anmerkungen
Nachhaltige Sicherstellung der Rentabilität	Konzerngewinn: CHF 423.8 Mio ROE: 16.2%	ü	Ertragsziele markant übertroffen
Positive Resultate in allen Ländern	Überall deutlich positive Ergebnisse im zweistelligen Millionenbereich (in CHF)	ü	Weitere klare Ergebnisverbesserungen in der Schweiz, Spanien, Deutschland und bei der Aktiven Rück.
Wachstum im Versicherungsgeschäft	Deutliche Fortschritte im Prämienbereich v.a in Nicht-Leben, aber auch in Leben	ü	Weitere Marktanteilsgewinne in der Schweiz (NL+L), Italien (NL) und Spanien (L)
Netto-Combined Ratio klar unter der 100%-Marke	Netto-Combined Ratio von 94.1%	ü	Stabilisierung im Bereich des ausgezeichneten Vorjahresniveaus (94.0%)
Erhalt der Risikofähigkeit der Gruppe	Zunahme des Eigenkapitals um 10% auf CHF 2.7 Mia.	ü	Deutliche Stärkung der Eigenkapitalbasis

Die Finanzzahlen

Roland Geissmann, CFO

Helvetia Gruppe: Eckwerte Gesamtgeschäft

(CHF Mio. bzw. %)	2006	2005	+/-
Gebuchte Bruttoprämien	5'255.7	5'176.8	1.5%
Periodenergebnis (nach Steuern)	423.8	301.9	40.4%
Kapitalanlagen	28'927.7	27'783.2	4.1%
Ergebnis aus Kapitalanlagen	1'109.3	1'301.5	-14.8%
Anlageperformance ¹⁾	3.1%	5.5%	-2.4
Technische Rückstellungen, netto	25'094.6	23'969.9	4.7%
Konsolidiertes Eigenkapital	2'738.4	2'480.8	10.4%
Eigenkapitalrendite	16.2%	13.4%	2.8
Gruppensolvanz ²⁾	218.6%	204.2%	14.4

¹⁾ Erfolgswirksames und -neutrales Ergebnis aus Kapitalanlagen in % des durchschnittlich investierten Kapitals (ohne anteilgebundene Lebensversicherung)

²⁾ Berechnungsart nach aktuellsten Vorgaben des neuen Leadregulators BPV

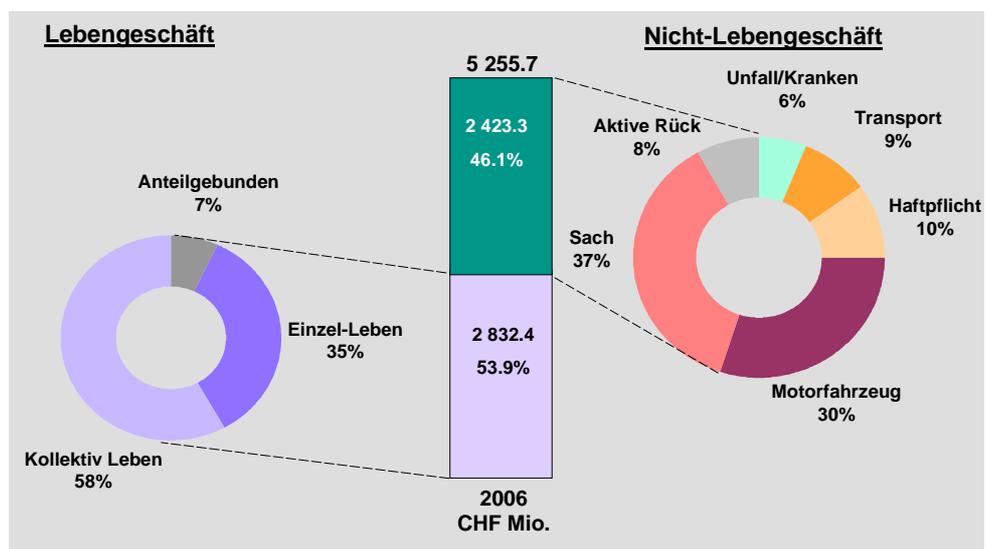
Helvetia Gruppe: Bruttoprämien und Wachstum



(CHF Mio. bzw. %)	Konsolidierte Bruttoprämien		Wachstum (in CHF)	
	2006	2005	2006	2005
Direktgeschäft total	5'062.5	4'947.6	2.3%	6.5%
Nicht-Leben	2'234.6	2'159.5	3.5%	-0.1%
Leben	2'827.9	2'788.1	1.4%	12.1%
ARV total	193.2	229.2	-15.7%	6.4%
Helvetia Gruppe	5'255.7	5'176.8	1.5%	6.5%
Nicht-Leben	2'423.3	2'386.6	1.5%	0.6%
Leben	2'832.4	2'790.2	1.5%	12.0%

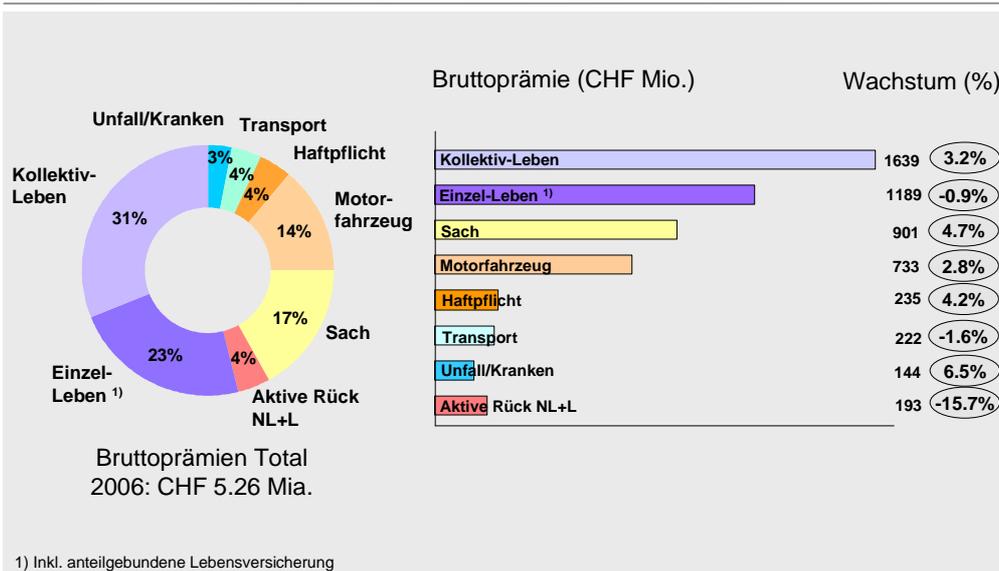
13

Helvetia Gruppe: Prämienvolumen nach Branchen



14

Helvetia Gruppe: Bruttoprämien / Wachstum nach Branchen



15

Helvetia Gruppe: Bestes Konzernergebnis aller Zeiten



(CHF Mio. bzw. %)	2006	2005	+/-
Ergebnis vor Steuern total	562.2	420.2	33.8%
- Nicht-Leben	321.6	262.5	22.5%
- Leben	184.6	139.9	32.0%
- Übrige	56.0	17.8	214.6%
Steuern	138.4	118.3	17.0%
Periodenergebnis (nach Steuern)	423.8	301.9	40.4%

16

Helvetia Gruppe: Nicht-Lebengeschäft (1/2)



(CHF Mio. bzw. %)	2006	2005	+/-
Gebuchte Bruttoprämien	2'423.3	2'386.7	1.5%
Verdiente Nettoprämien	2'169.4	2'118.6	2.4%
Versicherungsleistungen, netto	-1'330.8	-1'312.8	1.4%
Technische Kosten, netto	-708.4	-676.5	4.7%
Aufwand Überschussbeteiligung, netto	-2.7	-3.0	-10.0%
Zinsen Versicherungsgeschäft, netto	0.1	0.1	0.0%
Versicherungstechnisches Ergebnis, netto	127.6	126.4	0.9%
Laufender Ertrag auf Kapitalanlagen	139.6	136.3	2.4%
Gewinne und Verluste auf Kapitalanlagen	70.4	53.6	31.3%
Übrige Aufwendungen und Erträge	-16.0	-53.8	-70.3%
Ergebnis der nicht-technischen Rechnung, netto	194.0	136.1	42.5%
Ergebnis vor Steuern	321.6	262.5	22.5%

17

Helvetia Gruppe: Nicht-Lebengeschäft (2/2)



(% bzw. Prozentpunkte)	2006	2005	+/-
Prämienwachstum (in CHF)			
- Gesamtgeschäft	1.5%	0.6%	0.9
- Direktgeschäft	3.5%	-0.1%	3.6
Schadensatz, brutto	61.2%	64.3%	-3.1
Kostensatz, brutto	31.9%	30.7%	1.2
Combined Ratio, brutto	93.2%	95.2%	-2.0
Schadensatz, netto	61.3%	62.0%	-0.7
Kostensatz, netto	32.8%	32.0%	0.8
Combined Ratio, netto	94.1%	94.0%	0.1
Deckungsgrad	154.6%	149.1%	5.5

Schaden- und Kostensätze sowie der Deckungsgrad in % der verdienten Prämien
Kostensätze verstehen sich "All in"

18

Helvetia Gruppe: Lebengeschäft (1/2)



(CHF Mio. bzw. %)	2006	2005	+/-
Gebuchte Bruttoprämien	2'832.4	2'790.2	1.5%
Verdiente Nettoprämien	2'789.8	2'757.1	1.2%
Versicherungsleistungen, netto ¹⁾	-2'943.2	-3'079.5	-4.4%
Technische Kosten, netto	-278.0	-266.7	4.2%
Aufwand Überschussbeteiligung, netto	-164.0	-288.9	-43.2%
Zinsen Versicherungsgeschäft, netto	-33.8	-33.8	0.0%
Subtotal 1, netto	-629.2	-911.8	-31.0%
Laufender Ertrag auf Kapitalanlagen	714.3	689.4	3.6%
Gewinne und Verluste auf Kapitalanlagen	135.6	410.8	-67.0%
Übrige Aufwendungen und Erträge	-36.1	-48.5	-25.6%
Subtotal 2, netto	813.8	1'051.7	-22.6%
Ergebnis vor Steuern	184.6	139.9	32.0%

1) inkl. Aufwendungen für Investmentverträge

19

Helvetia Gruppe: Lebengeschäft (2/2)



(CHF Mio. bzw. %)	2006	2005	+/-
Prämienwachstum (in CHF)			
- Gesamtgeschäft	1.5%	12.0%	-10.5
- Direktgeschäft	1.4%	12.1%	-10.7
Kostensatz, brutto	10.0%	9.7%	0.3
Embedded Value Total (CHF Mio.)	1'881.7	1'673.6	12.4%
- Schweiz	1'519.4	1'373.1	10.7%
- EU	362.3	300.5	20.6%
Wert des Neugeschäfts (CHF Mio.)	21.7	19.9	9.0%

Kostensätze in % der verdienten Prämien

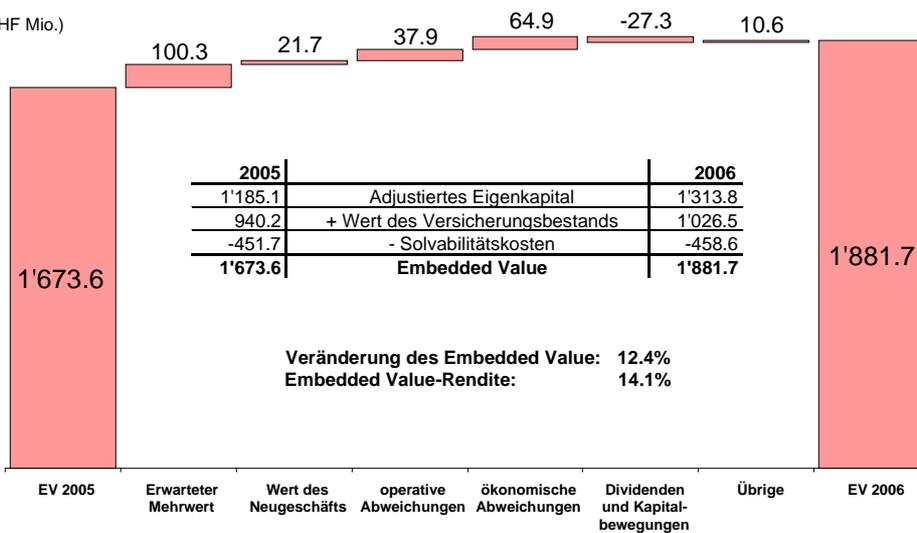
20

Leben: Veränderung Embedded Value (EV)

Embedded Value-Rendite von 14.1%



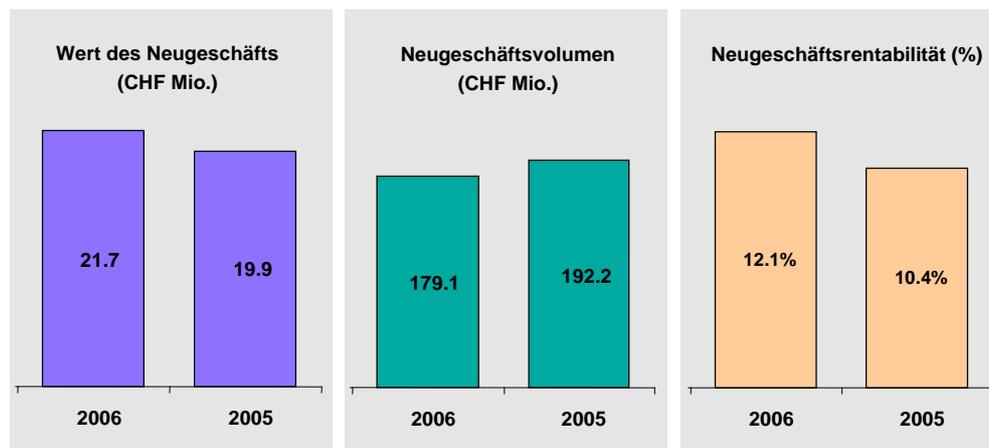
(CHF Mio.)



21

Leben: Wert des Neugeschäfts

Steigerung der Neugeschäftsmarge von 10.4% auf 12.1%



Neugeschäftsvolumen: Annual Premium Equivalent (neue Jahresprämien + 100% der neuen Einmalprämien)

22

Helvetia Gruppe: Kapitalanlagen-Performance



(CHF Mio. bzw. %)	2006	2005	+/-
Laufender Ertrag aus Kapitalanlagen	867.0	841.1	3.1%
- Zins und Dividenertrag	704.4	675.7	4.2%
- Mietertrag ¹⁾	162.6	165.4	-1.7%
Gewinne/Verluste Total	250.7	475.8	-47.3%
Gewinne/Verluste auf Finanzanlagen total	290.9	506.9	-42.6%
- Aktien, Anlagefonds, Derivate	224.4	387.3	-42.0%
- Verzinsliche	63.4	113.9	-44.4%
- Übrige	3.1	5.7	-46.2%
Gewinne/Verluste auf Liegenschaften für Anlagezwecke	-40.2	-31.1	29.3%
Sonstiger Aufwand Anlageverwaltung	-8.4	-15.4	-45.7%
Ergebnis aus Kapitalanlagen	1'109.3	1'301.5	-14.8%
Direkte Rendite²⁾	3.1%	3.2%	-0.1%
Anlageperformance³⁾	3.1%	5.5%	-2.4%

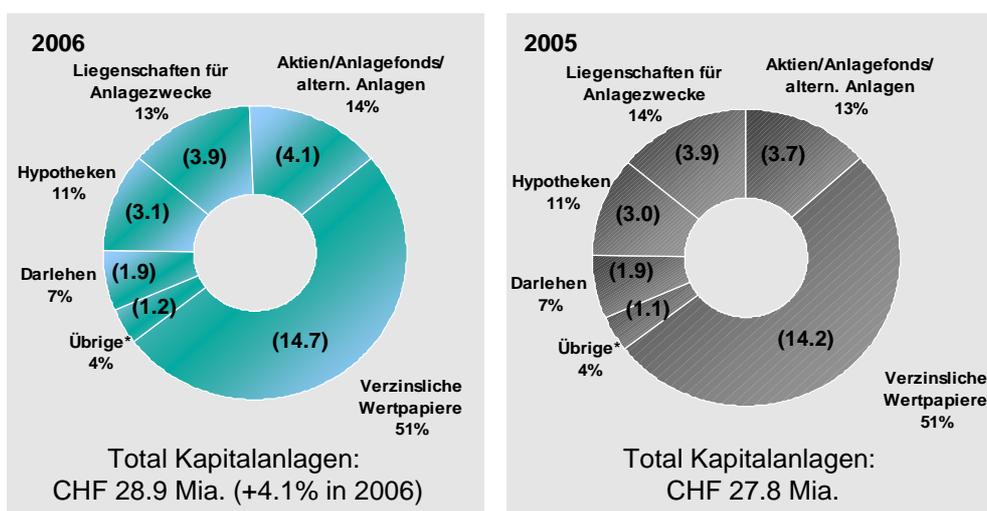
1) nach Abzug der Aufwendungen für die Anlageverwaltung

2) laufender Ertrag aus Kapitalanlagen in % des durchschnittlich investierten Kapitals (ohne anteilgebundene Lebensvers.)

3) Erfolgswirksames und neutrales Ergebnis aus Kapitalanlagen in % des durchschnittlich investierten Kapitals (ohne anteilgebundene Lebensvers.)

23

Helvetia Gruppe: Struktur der Kapitalanlagen

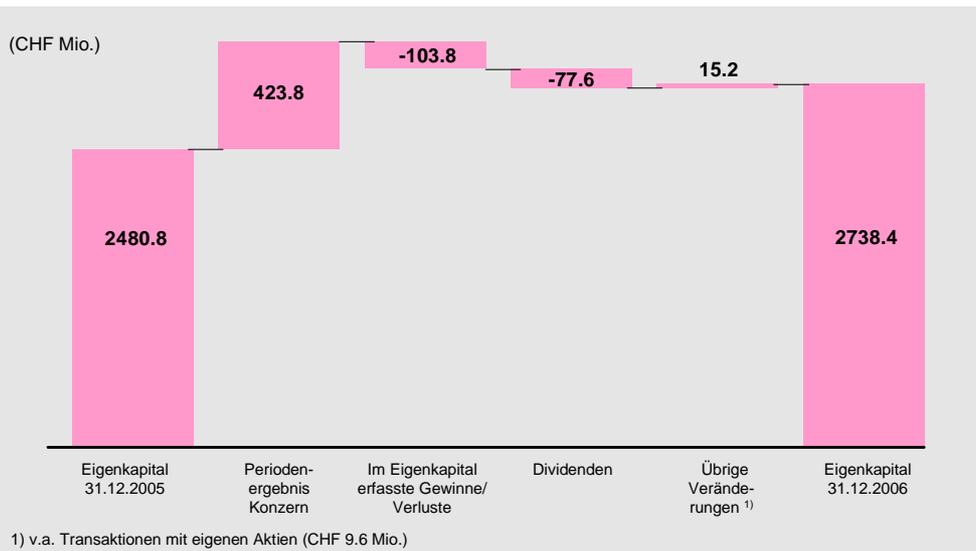


Klammerwerte CHF Mia.

*Übrige: Geldmarktinstrumente, Beteiligungen, Assoz. Unternehmen, Derivate

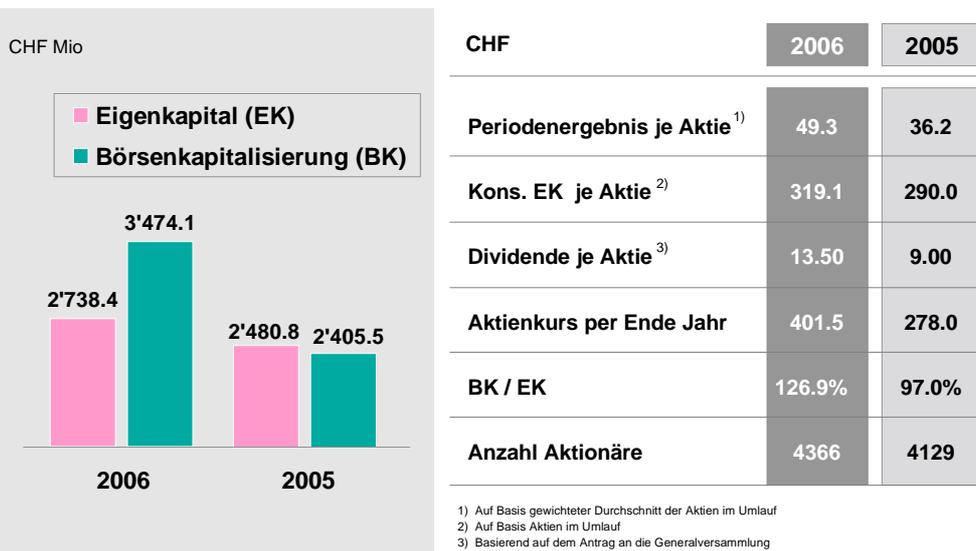
24

Helvetia Gruppe: Entwicklung des Eigenkapitals



25

Helvetia Gruppe: Eigenkapital versus Börsenkaptalisierung



26

Das Schweizer Geschäft

Philipp Gmür, CEO Schweiz

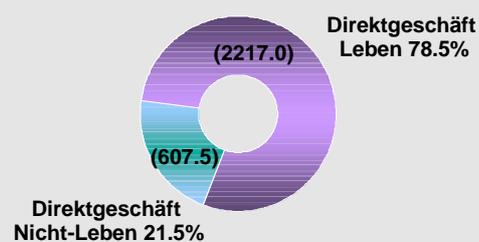
Unser Track Record 2006: Herausragendes Ergebnis, alle Ziele erreicht!

Ziele für 2006	Ergebnisse		Anmerkungen
Nachhaltige Sicherstellung der Rentabilität in CH Geschäft	Gewinn von CHF 289.0 Mio.	ü	Hohe Gewinnsteigerung gg. VJ ROE-Ziele deutlich übertroffen
Ertragsorientiertes Wachstum in Leben und Nicht-Leben	Wachstum von 2.0 % in L und 4.2 % in NL	ü	Wachstum über Markt in L und NL
Combined Ratio unter 100%	Combined Ratio von 82.9%	ü	Hohe Portefeuillequalität, keine ES-Ereignisse
Aktives Kostenmanagement	Stabile Kostenbasis	ü	Kosten unter Vorjahr und Budget
Attraktive Produktpalette	Neue Produkte in L und NL	ü	Raiffeisen Bau- u. Gebäude, Swisstrend, BVG Invest
Hohe Qualitätsorientierung	Finalist Esprix Qualitätspreis	ü	Gesetztes Ziel von 400 EFQM-Punkten wurde übertroffen

Schweiz: Gesamtes Direktgeschäft über Markt gewachsen



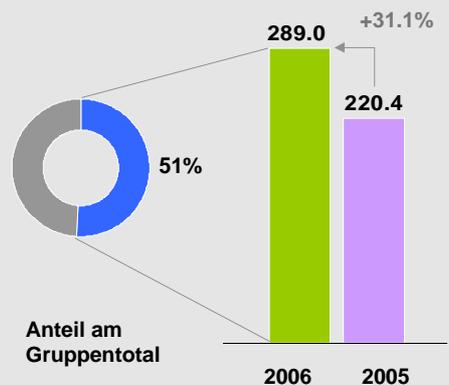
Bruttoprämien 2006: CHF 2824.5 Mio.
(Anteil am Gruppentotal: 54%)



	2006	2005
Wachstum in CHF	2.4%	7.1%

n Wachstum über Markt in Leben und Nicht-Leben

Ergebnis vor Steuern
(in CHF Mio.)



29

Schweiz: Prämien im Lebensgeschäft gesteigert



(in Mio. CHF)	2006	2005	+/-
Gesamtprämien Leben Direkt	2 217.0	2 174.4	+2.0%
Periodische Prämien Einzel	415.1	415.3	-0.1%
Einmaleinlagen Einzel	246.6	234.5	+5.2%
Total Einzel-Leben	661.7	649.8	+1.8%
Periodische Prämien Kollektiv	821.8	788.1	+4.3%
Einmaleinlagen Kollektiv	733.5	736.5	-0.4%
Total Kollektiv-Leben	1 555.2	1 524.6	+2.0%

- n Einzel-Leben: Trotz schwierigem Umfeld Prämienwachstum dank Einmaleinlagen
- n Kollektiv-Leben: Wachstum in sehr kompetitiven Marktumfeld, erfolgreich wiederbelebte Akquisitionstätigkeit im Aussendienst

30

Schweiz: Hohe Profitabilität im Lebengeschäft



Ergebniskomponente	Entwicklung	Anmerkungen
Todesfallversicherung	+	Konstant gute Ergebnisse
Invaliditätsversicherung	++	Gute Konjunkturlage, selektive Zeichnungspolitik, aktives Leistungsmanagement
Kosten(zuschläge)	+	Aktives Kostenmanagement in allen Bereichen
Kapitalanlagen	++	siehe Kommentar Roland Geissmann

Embedded Value	Entwicklung	Anmerkungen
Entwicklung Embedded Value 2006	+	Embedded Value um 10.7 % gesteigert
Neugeschäftswert	++	Neugeschäftswert um 23.9 % gesteigert
Neugeschäftsrentabilität	+++	Neugeschäftsrentabilität um 37.6 % gesteigert

31

Schweiz: Exkurs zu Kollektivleben



Nachweis zur Erhaltung der Mindestquote

(in Mio. CHF, gemäss statutarischem Abschluss)

	2006	
Bruttoeinnahmen, der Mindestquote unterstelltes Geschäft	476.5	100.0%
Leistungen zugunsten Versicherter, der Mindestquote unterstelltes Geschäft	439.0	92.1%
Ergebnis Betriebsrechnung, der Mindestquote unterstelltes Geschäft	37.5	
Ergebnis Betriebsrechnung, der Mindestquote nicht unterstelltes Geschäft	19.8	
Ergebnis der Betriebsrechnung Kollektivgeschäft Schweiz	57.3	

32

Ergebnisanalyse für der Mindestquote unterstelltes Geschäft

(in Mio. CHF, gemäss statutarischem Abschluss)

	2006
Ergebnis aus Sparprozess *	49.2
Ergebnis aus Risikoprozess	67.4
Ergebnis aus Kostenprozess	7.6
Bruttoergebnis, der Mindestquote unterstelltes Geschäft	124.2
Reserveverstärkung	-11.3
Zuweisung zu Rückstellungen für zukünftige Überschüsse	-75.4
Ergebnis Betriebsrechnung, der Mindestquote unterstelltes Geschäft	37.5

* nach Bildung Schwankungsreserven auf Kapitalanlagen von CHF 14.6 Mio.

33

(in Mio. CHF)

	2006	2005	+/-
Gesamtprämien Nicht-Leben	607.5	582.9	+4.2%
Sach	332.5	317.3	+4.8%
Transport	36.4	37.9	-3.9%
Motorfahrzeuge	162.4	154.6	+5.0%
Haftpflicht	76.2	73.1	+4.3%

- n Wachstum über Markt in hart umkämpftem Wettbewerb, v.a. Sach
- n Wachstumsimpulse durch neue Produkte 'rund ums Haus' und gute Vertriebsleistung

34

Schweiz: Herausragende Profitabilität im Nicht-Lebengeschäft



	2006	2005
Bruttoprämien (in Mio. CHF)	607.5	582.9
Schadensatz (%) ¹⁾	54.1%	77.4%
Kostensatz (%) ¹⁾	28.8%	28.2%
Combined Ratio (%) ^{1) 2)}	82.9%	105.7%

- n Ausgezeichnete Ertragskraft
- n Gutes Schadenjahr

1) Brutto in % der verdienten Prämien
 2) 'All in'

**Strategie 2010
 Einzigartige Ausgangslage für "Go for growth!"**



Wettbewerbsvorteile Helvetia

- n Abgerundete Produktpalette aus einer Hand (L/NL)
- n Marktzugänge mit Wachstumspotential sowie Raiffeisen und Kantonalbanken als Alleinstellungsmerkmale
- n Eigenkapitalschonende Optionen im Leben-Geschäft
- n Zielgruppenkompetenz 50plus
- n Starke einheitliche Marke
- n Service Excellence in den 'moment of truth' Prozessen

Strategische Ziele

- n Wachstum über dem Markt
- n Nachhaltiger Ertrag

Strategische Initiativen

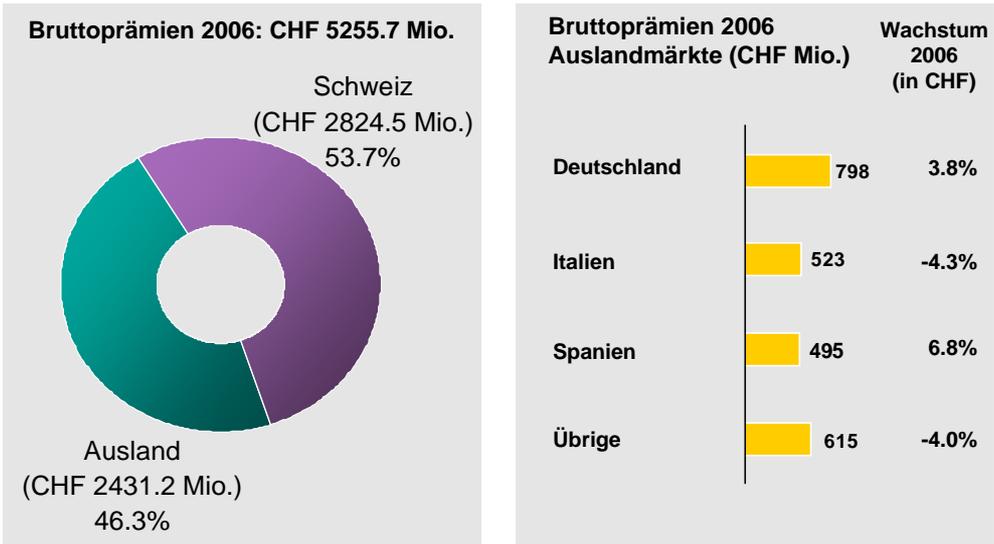
- n 10 strategische Initiativen mit Fokus Wachstumsorientierung zur Umsetzung der Strategie

Kollektiv-Leben	Einzel-Leben	Nicht-Leben
<ul style="list-style-type: none">Ertragsorientiertes WachstumInterne Prozessoptimierungen ('Fit for growth')	<ul style="list-style-type: none">Wachstumsimpulse durch neue ProdukteForcierung fondsgebundene Lösungen	<ul style="list-style-type: none">KMU-InitiativeWeiterentwicklung neuer Kundenzugänge, v.a. MFZ
Informatik	Marke Helvetia	
<ul style="list-style-type: none">Ausbau E-Business-Services für VertriebskanäleModerne Bestandessysteme	<ul style="list-style-type: none">Stärkere Verankerung der Marke Helvetia mit SponsoringSwisski und Kampagne	

Die ausländischen Geschäftseinheiten

Erich Walser, CEO

Helvetia Gruppe: Bruttoprämien 2006



39

Helvetia Gruppe: Entwicklung der Ergebnisse vor Steuern (CHF Mio.)



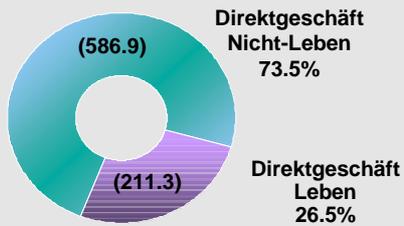
	2006	2005	+/-
Helvetia Gruppe	562.2	420.2	142.0
Schweiz	289.0	220.4	68.6
Ausland	273.2	199.8	73.4
- Deutschland	51.4	31.7	19.7
- Italien	27.7	28.1	-0.4
- Spanien	110.1	62.6	47.5
- Übrige	84.0	77.4	6.6

40

Deutschland: Gesamtes Direktgeschäft

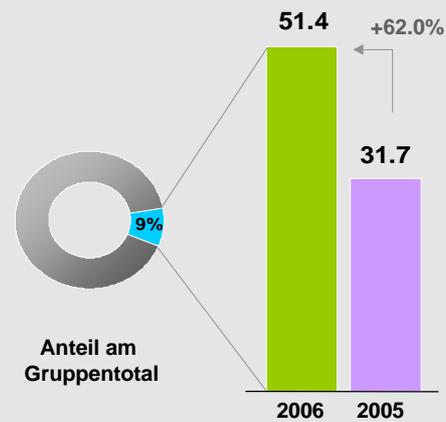


Bruttoprämien 2006: CHF 798.2 Mio.
(Anteil am Gruppentotal: 15%)



Wachstum	2006	2005
	in CHF	3.8%
in Originalwährung	1.9%	1.7%

Ergebnis vor Steuern
(in CHF Mio.)

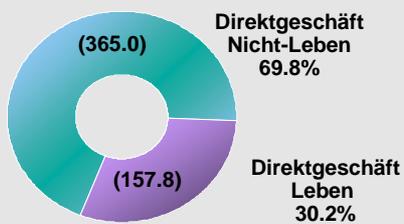


41

Italien: Gesamtes Direktgeschäft

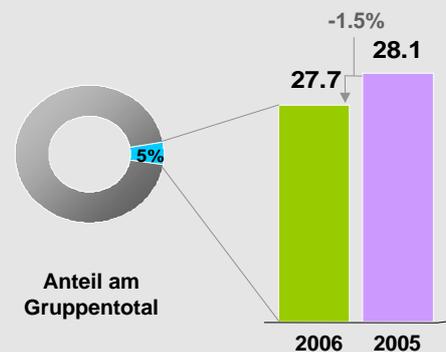


Bruttoprämien 2006: CHF 522.8 Mio.
(Anteil am Gruppentotal: 10%)



Wachstum	2006	2005
	in CHF	-4.3%
in Originalwährung	-6.1%	19.4%

Ergebnis vor Steuern
(in CHF Mio.)

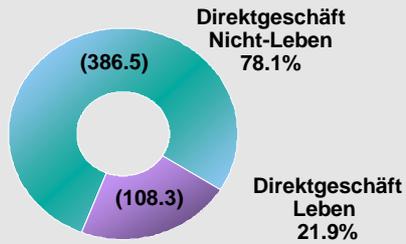


42

Spanien: Gesamtes Direktgeschäft

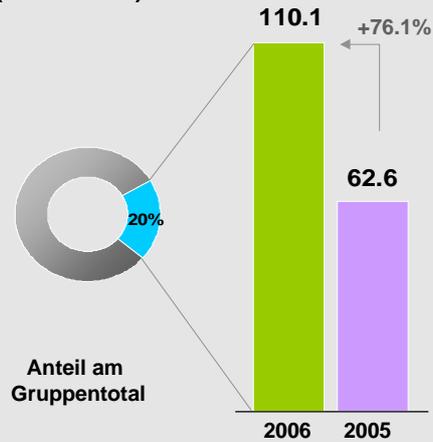


Bruttoprämien 2006: CHF 494.8 Mio.
(Anteil am Gruppentotal: 9%)



Wachstum	2006	2005
in CHF	6.8%	3.2%
in Originalwährung	4.9%	3.0%

Ergebnis vor Steuern
(in CHF Mio.)

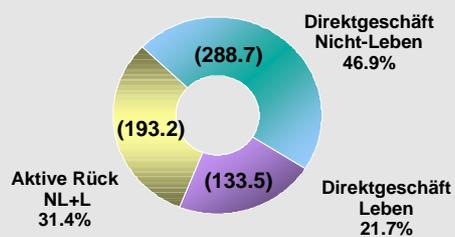


43

Übrige (Österreich / Frankreich / Aktive Rück): Gesamtes Geschäft

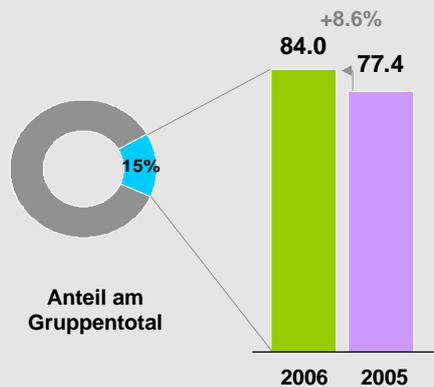


Bruttoprämien 2006: CHF 615.4 Mio.
(Anteil am Gruppentotal: 12%)



Wachstum	2006	2005
in CHF	-4.0%	1.9%
in Originalwährung	-5.2%	1.8%

Ergebnis vor Steuern
(in CHF Mio.)



44

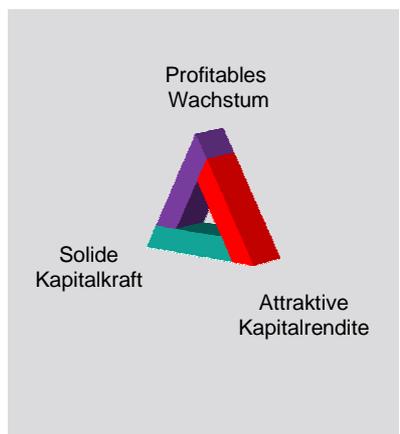
Ausblick

Ausblick 2007

Wachstum	Prämienseitig macht sich die neue Wachstumsstrategie zunehmend positiv bemerkbar.
Schaden	Schadenbild in den ersten Monaten des laufenden Jahres, nicht zuletzt dank des aussergewöhnlich milden Winters, sehr günstig. Daran ändert auch der Januarsturm "Kyrill" nichts.
Kosten	Die Kosten sind unter Kontrolle; der Kostensatz wird sich im Zuge des Prämienwachstums klar verbessern.
Versicherungstechnische Resultate	Alles in allem erwarten wir auch im laufenden Jahr wieder gute versicherungstechnische Resultate verbunden mit einer Netto-Combined Ratio von klar unter 100% im Nicht-Lebenssektor.
Finanzergebnis	Abhängig von der weiteren Entwicklung an den Kapitalmärkten.

Strategie 2010

Wert-Strategie mit klaren finanziellen Zielen



- n **Attraktive Kapitalrendite von 15%** nach Steuern wird angestrebt
- n **Solide Kapitalkraft** soll sichergestellt bleiben: Diese kommt in der **Solvabilitätsmarge von rund 219%** sowie im **S&P-Rating ("A- mit stabilem Ausblick")** klar zum Ausdruck
- n Generierung von **profitablem Wachstum**:
 - n Überdurchschnittliches **organisches Wachstum** in den bestehenden Ländermärkten / Branchen
 - n Ausbau lokaler Positionen durch **gezielte Akquisitionen**

4 Wert für unsere Aktionäre

Zielgerichtete strategische Positionierung



- | | |
|--|--|
| Attraktives Geschäftsportfolio | <ul style="list-style-type: none">n Ertragreiche Märkte und profitable Nischenn Klarer Kundenfokus auf Private und KMU |
| Starke Value Proposition für Kunden | <ul style="list-style-type: none">n "Best-in-Class"-Produkte und -Servicesn Innovative Versicherungs- und Vorsorge-Lösungenn Service-Qualität in Vertrieb und Betreuung |
| Wachstum durch hervorragenden Kundenzugang | <ul style="list-style-type: none">n Einzigartiges Vertriebsnetz mit starken Kooperationenn Vertriebspartnerschaften für definierte Produkten Hohe Loyalität von Kunden und Vertriebspartnern |



Dynamischer Brand mit Schweizer Identität



49

Die vier wichtigsten strategischen Stossrichtungen



1. Zielgerichtetes strategisches und finanzielles Portfolio-Management:

- n Effektive Ausrichtung der Gruppe auf nachhaltig attraktive Geschäftsfelder
- n Optimale Allokation des Kapitals auf die einzelnen Geschäftseinheiten
- n Klare Renditevorgaben pro Land / Geschäftssegment

2. Verbesserung der operativen Performance:

- n Weitere Verbesserung der Combined Ratio (in NL) sowie des Embedded Value (in L) durch selektives Underwriting und Optimierung von Kostenstrukturen
- n Optimierung der Eigenbehaltsstruktur auf Gruppenstufe

3. Forcierung von profitabilem Wachstum

- n Noch stärkere Fokussierung auf wachstumsstarke Segmente und Regionen
- n Stärkung der Vertriebskraft – unter anderem auch durch die Erschließung neuer Distributionswege und Kooperationen. Darüber hinaus Verfolgen einer aktiven Akquisitionsstrategie
- n Stärkere Ausrichtung der Produkte/Dienstleistungen auf die Bedürfnisse der einzelnen Vertriebskanäle

4. Effektives Asset-(Liability-) Management

- n Steuerung und Optimierung des gruppenweiten Anlageportefeuilles nach Performance-Kriterien
- n Weiterentwicklung des Asset-Liability-Managements (ALM)

50

Die konsequente Erhöhung der finanziellen Flexibilität ...

- n wurde in der Vergangenheit systematisch vorangetrieben
 - n Kapitalerhöhung im Herbst 2004
 - n Umstellung der Rechnungslegung auf IFRS
 - n Erlangung eines interaktives Ratings "A-" von Standard& Poor's im Herbst 2006
- n wird durch die Schaffung von bis zu 15% bedingtem Kapital fortgesetzt:
 - n Vielfalt möglicher Finanzierungsinstrumente erweitert
 - n maximaler Umfang von 15% ausgerichtet an:
 - n den Möglichkeiten des Kapitalmarktes
 - n der aktuell nicht genutzten Kapazität für nachrangiges Kapital

... ist Teil der aktuellen Strategie 2007-2010

- n erhöhte Flexibilität der Akquisitionsfinanzierung für strategisches Wachstum
- n neues Potential zur Optimierung von Finanzierungsstruktur und Kapitalkosten

helvetia 

Fragen Sie uns.

Anhang

Die Helvetia im Überblick



Geschichte

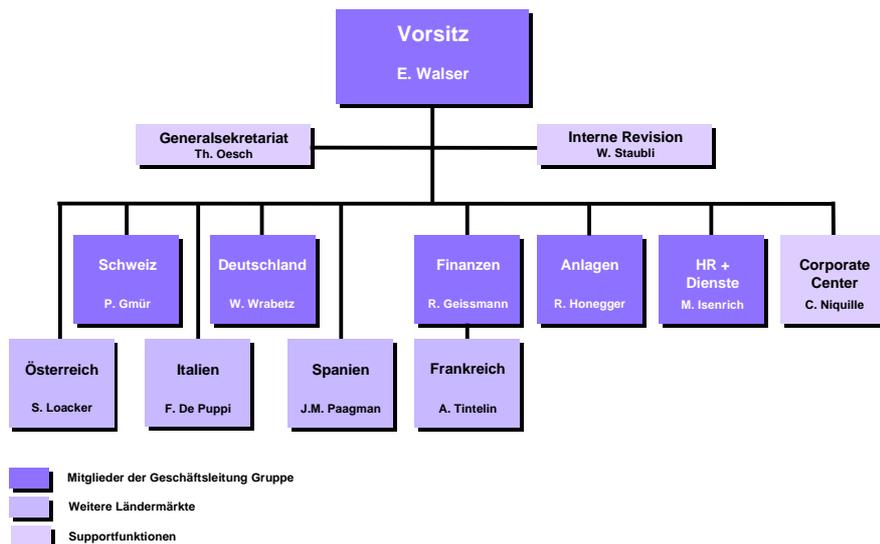


Kennzahlen



(1) Basis: Gebuchte Bruttoprämien

Die Geschäftsleitung auf einen Blick



Wichtige Termine



- n 04.05.2007 **Ordentliche Generalversammlung in St.Gallen**
- n 07.09.2007 **Publikation der Halbjahresergebnisse 2007**
- n 17.03.2008 **Geschäftsergebnisse 2007: Analysten- und Medienkonferenz in Zürich**
- n 25.04.2008 **Ordentliche Generalversammlung in St.Gallen**
- n 03.09.2008 **Publikation der Halbjahresergebnisse 2008**

57

Kontakt:



Adresse:

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

Investor Relations: Wolfgang Lohr
Helvetia Gruppe
Dufourstrasse 40
CH-9001 St.Gallen

Telefon +41 (0)58 280 54 48
Fax +41 (0)58 280 55 89
E-mail: wolfgang.lohr@helvetia.ch

Unternehmens- kommunikation:

Yvonne Hafner
Helvetia Gruppe
St. Alban-Anlage 26
CH-4002 Basel
Telefon +41 (0)58 280 13 35
Fax +41 (0)58 280 29 73
E-Mail: yvonne.hafner@helvetia.ch

58

Haftungsausschluss bezüglich zukunftsgerichteter Aussagen



Dieses Dokument wurde von der Helvetia Gruppe erstellt und darf vom Empfänger ohne die Zustimmung der Helvetia Gruppe weder kopiert noch abgeändert, angeboten, verkauft oder sonst wie an Drittpersonen abgegeben werden. Es wurden alle zumutbaren Anstrengungen unternommen, um sicherzustellen, dass die hier dargelegten Sachverhalte richtig und alle hier enthaltenen Meinungen fair und angemessen sind. Dieses Dokument beruht allerdings auf einer Auswahl, da es lediglich eine Einführung in und eine Übersicht über die Geschäftstätigkeit der Helvetia Gruppe bieten soll. Informationen und Zahlenangaben aus externen Quellen dürfen nicht als von der Helvetia Gruppe für richtig befunden oder bestätigt verstanden werden. Weder die Helvetia Gruppe als solche noch ihre Direktoren, leitenden Angestellten, Mitarbeiter und Berater oder sonstige Personen haften für Verluste, die mittelbar oder unmittelbar aus der Nutzung dieser Informationen erwachsen. Die in diesem Dokument dargelegten Fakten und Informationen sind möglichst aktuell, können sich aber in der Zukunft ändern. Sowohl die Helvetia Gruppe als solche als auch ihre Direktoren, leitenden Angestellten, Mitarbeiter und Berater oder sonstige Personen lehnen jede ausdrückliche oder implizite Haftung oder Gewähr für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der in diesem Dokument enthaltenen Informationen ab.

Dieses Dokument kann Prognosen oder andere zukunftsgerichtete Aussagen im Zusammenhang mit der Helvetia Gruppe enthalten, die naturgemäss mit allgemeinen wie auch spezifischen Risiken und Unsicherheiten verbunden sind, und es besteht die Gefahr, dass sich die Prognosen, Voraussagen, Pläne und anderen expliziten oder impliziten Inhalte zukunftsgerichteter Aussagen als unzutreffend herausstellen. Wir machen darauf aufmerksam, dass eine Reihe wichtiger Faktoren dazu beitragen kann, dass die tatsächlichen Ergebnisse in hohem Masse von den Plänen, Zielsetzungen, Erwartungen, Schätzungen und Absichten, die in solchen zukunftsgerichteten Aussagen zum Ausdruck kommen, abweichen. Zu diesen Faktoren gehören: (1) Änderungen der allgemeinen Wirtschaftslage namentlich auf den Märkten, auf denen wir tätig sind, (2) Entwicklung der Finanzmärkte, (3) Zinssatzänderungen, (4) Wechselkursfluktuationen, (5) Änderungen der Gesetze und Verordnungen einschliesslich der Rechnungslegungsgrundsätze und Bilanzierungspraktiken, (6) Risiken in Verbindung mit der Umsetzung unserer Geschäftsstrategien, (7) Häufigkeit, Umfang und allgemeine Entwicklung der Versicherungsfälle, (8) Sterblichkeits- und Morbiditätsrate sowie (9) Erneuerungs- und Verfallsraten von Policen. In diesem Zusammenhang weisen wir darauf hin, dass die vorstehende Liste wichtiger Faktoren nicht vollständig ist. Bei der Bewertung zukunftsgerichteter Aussagen sollten Sie daher die genannten Faktoren und andere Ungewissheiten sorgfältig prüfen. Alle zukunftsgerichteten Aussagen gründen auf Informationen, die der Helvetia Gruppe am Tag ihrer Veröffentlichung zur Verfügung standen; die Helvetia Gruppe ist nur dann zur Aktualisierung dieser Aussagen verpflichtet, wenn die geltenden Gesetze dies verlangen.

Zweck dieses Dokuments ist es, die Finanzgemeinde der Helvetia Gruppe und die Öffentlichkeit über die Geschäftstätigkeit der Helvetia Gruppe im Geschäftsjahr 2006 zu informieren. Dieses Dokument stellt weder ein Angebot noch eine Aufforderung zum Umtausch, Kauf oder zur Zeichnung von Wertpapieren, noch einen Emissionsprospekt im Sinne von Art. 652 a des Schweizerischen Obligationenrechts oder einen Kotierungsprospekt gemäss dem Kotierungsreglement der SWX Swiss Exchange dar. Nimmt die Helvetia Gruppe in Zukunft eine oder mehrere Kapitalerhöhungen vor, sollten die Anleger ihre Entscheidung zum Kauf oder zur Zeichnung neuer Aktien oder sonstiger Wertpapiere ausschliesslich auf der Grundlage des massgeblichen Emissionsprospekts treffen.

Dieses Dokument ist ebenfalls in englischer Sprache erhältlich. Verbindlich ist die deutsche Fassung.