

Helvetia Gruppe Roadshow in Zürich, 3. April 2007

Herzlich willkommen

1

Programm

- **Die wichtigsten Ergebnisse**
- **Die Finanzzahlen**
- **Das Schweizer Geschäft**
- **Das Auslandsgeschäft**
- **Ausblick, Strategie, bedingtes Kapital**
- **Fragen und Antworten**

Erich Walser
Roland Geissmann
Roland Geissmann
Erich Walser
Erich Walser

2

Hervorragendes Resultat

Erich Walser, CEO

Helvetia in Hochform: Bestes Ergebnis aller Zeiten

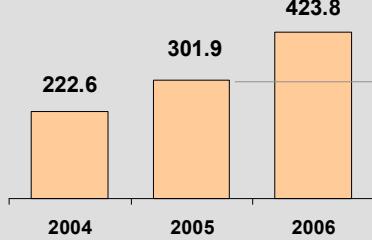
Highlights (CHF Mio. bzw. %)	2006	2005
Gewinn über 40% gesteigert	423.8	301.9
Ausgezeichnete Eigenkapitalrendite	16.2%	13.4%
Deutliche Stärkung der Eigenkapitalbasis (+10%)	2738.4	2480.8
Ausgezeichnete Aktienkursentwicklung (+44%) [CHF]	401.5	278.0
Brutto-Combined Ratio: Weitere markante Fortschritte	93.2%	95.2%
Embedded Value manifestiert Leben-Profitabilität	1881.7	1673.6

- Weitere Marktanteilsgewinne:
 - Schweiz (NL und L) ■ Deutschland (L)
 - Italien (NL) ■ Spanien (L)

Helvetia Gruppe: Ausgezeichnetes Resultat



**Periodenergebnis des Konzerns
nach Steuern (CHF Mio.)**



Eigenkapitalrendite (%)



■ Konzerngewinn: Steigerung um über 40%

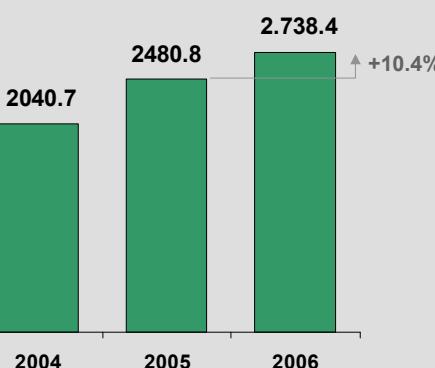
■ Eigenkapitalrendite klar über der 15%-Zielmarke

5

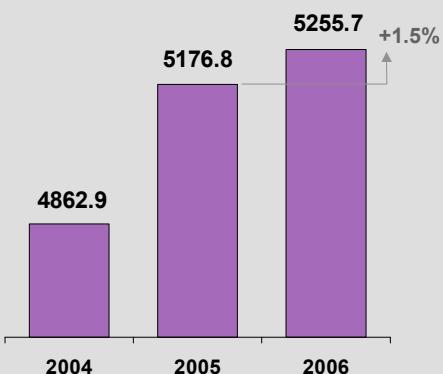
Helvetia Gruppe: Eigenkapital und Bruttoprämien



Eigenkapital (CHF Mio.)



Bruttoprämien (CHF Mio.)



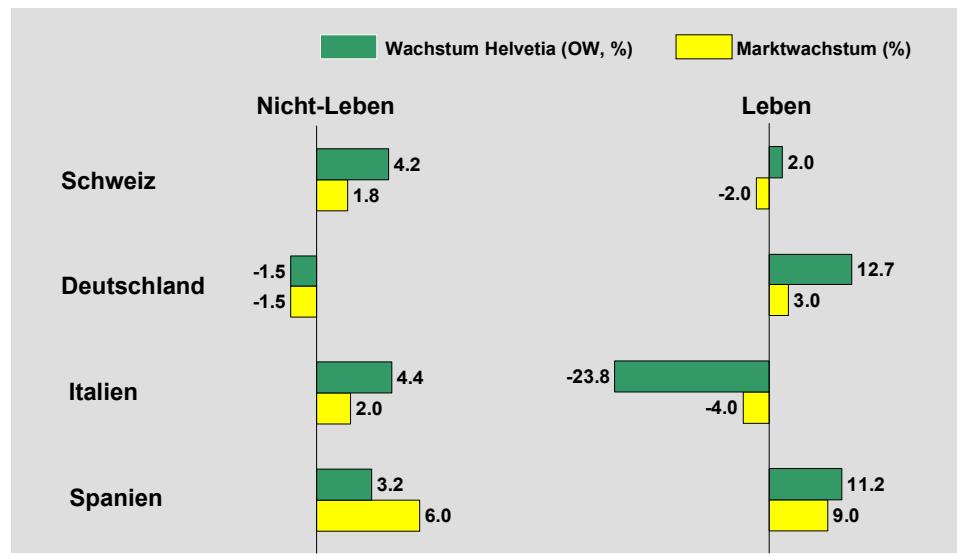
■ Deutliche Stärkung der Eigenkapitalbasis

■ Weitere Marktanteils-gewinne

6

Helvetia Gruppe versus Markt

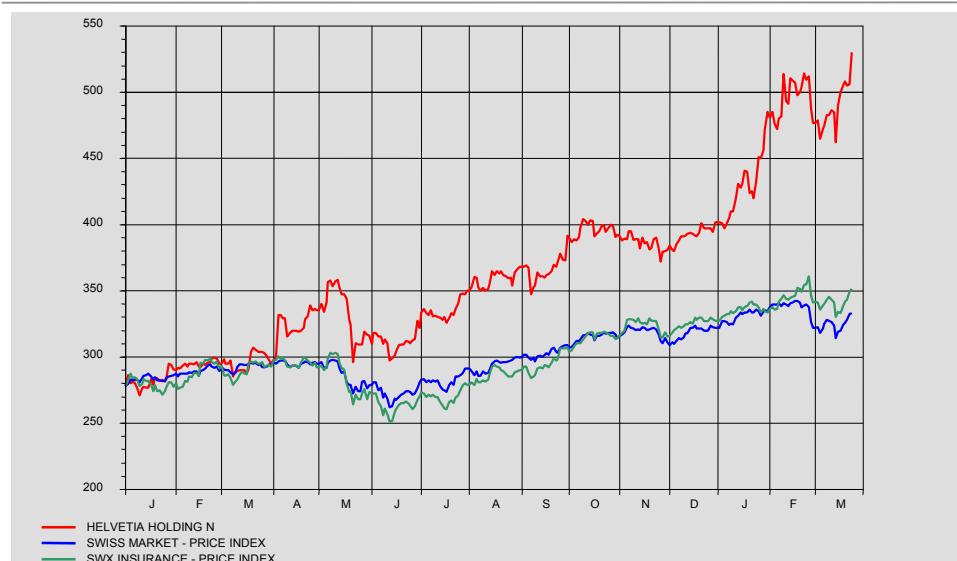
helvetica 



7

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

helvetica 

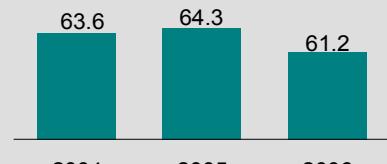


8

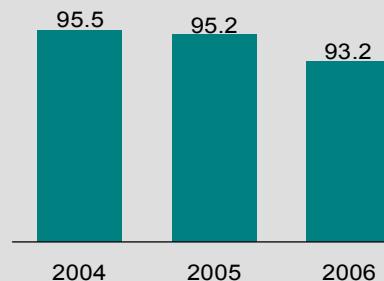
Helvetia Gruppe / Nicht-Leben: Brutto-Combined Ratio



Schadensatz (%)



Combined ratio (%)



Kostensatz (%)



9

Helvetia Gruppe: Rekordjahr 2006 / Alle Ziele erreicht



Ziele für 2006	Ergebnisse	Anmerkungen
Nachhaltige Sicherstellung der Rentabilität	Konzerngewinn: CHF 423.8 Mio ROE: 16.2%	✓ Ertragsziele markant übertroffen
Positive Resultate in allen Ländern	Überall deutlich positive Ergebnisse im zweistelligen Millionenbereich (in CHF)	✓ 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	✓ 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%	✓ Stabilisierung im Bereich des ausgezeichneten Vorjahresniveaus (94.0%)
Erhalt der Risikofähigkeit der Gruppe	Zunahme des Eigenkapitals um 10% auf CHF 2.7 Mia.	✓ Deutliche Stärkung der Eigenkapitalbasis

10

Die Finanzzahlen

Roland Geissmann, CFO

Helvetia Gruppe: Eckwerte Gesamtgeschäft

(CHF Mio. bzw. %)	2006	2005	+/-
Gebuchte Brutto Prämien	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
Gruppensolvenz 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



Konsolidierte Bruttoprämien

Wachstum (in CHF)

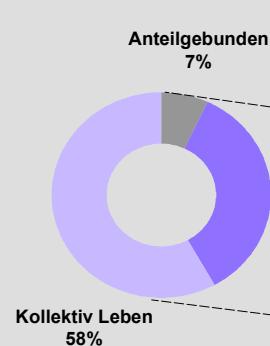
(CHF Mio. bzw. %)	2006	2005	2006	2005
Direktgeschäft total	5'062.5	4'947.6	2.3%	6.5%
Nicht-Leben	2'234.6	2'159.5	3.5%	-0.1%
Leben	2'827.9	2'788.1	1.4%	12.1%
ARV total	193.2	229.2	-15.7%	6.4%
Helvetia Gruppe	5'255.7	5'176.8	1.5%	6.5%
Nicht-Leben	2'423.3	2'386.6	1.5%	0.6%
Leben	2'832.4	2'790.2	1.5%	12.0%

13

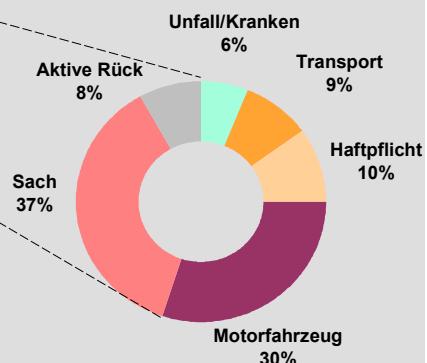
Helvetia Gruppe: Prämienvolumen nach Branchen



Lebengeschäft



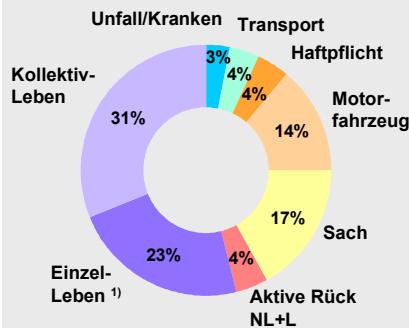
Nicht-Lebengeschäft



5 255.7
2 423.3
46.1%
2 832.4
53.9%
2006
CHF Mio.

14

Helvetia Gruppe: Bruttoprämien / Wachstum nach Branchen



Bruttoprämie (CHF Mio.)

Wachstum (%)

Branchen	Bruttoprämie (CHF Mio.)	Wachstum (%)
Kollektiv-Leben	1639	3.2%
Einzel-Leben ¹⁾	1189	-0.9%
Sach	901	4.7%
Motorfahrzeug	733	2.8%
Haftpflicht	235	4.2%
Transport	222	-1.6%
Unfall/Kranken	144	6.5%
Aktive Rück NL+L	193	-15.7%

Bruttoprämien Total
2006: CHF 5.26 Mia.

1) Inkl. anteilgebundene Lebensversicherung

15

Helvetia Gruppe: Bestes Konzernergebnis aller Zeiten



(CHF Mio. bzw. %)

2006

2005

+/-

Ergebnis vor Steuern total

- Nicht-Leben
- Leben
- Übrige

562.2

321.6

184.6

56.0

138.4

423.8

420.2

262.5

139.9

17.8

118.3

301.9

33.8%

22.5%

32.0%

214.6%

17.0%

40.4%

Steuern

Periodenergebnis (nach Steuern)

16

Helvetia Gruppe: Nicht-Lebengeschäft (1/2)



(CHF Mio. bzw. %)	2006	2005	+/-
Gebuchte Bruttoprämien	2'423.3	2'386.7	1.5%
Verdiente Nettoprämiens	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 Brutto Prämien	2'832.4	2'790.2	1.5%
Verdiente Nettoprämi en	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)



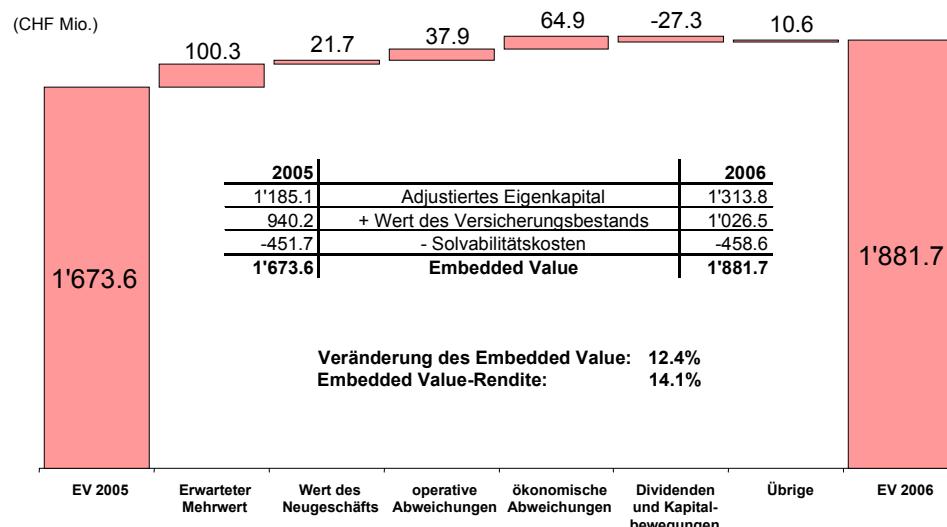
(CHF Mio. bzw. %)	2006	2005	+/-
Prämienwachstum (in CHF)			
- Gesamtgeschäft	1.5%	12.0%	-10.5
- Direktgeschäft	1.4%	12.1%	-10.7
Kostensatz, brutto	10.0%	9.7%	0.3
Embedded Value Total (CHF Mio.)	1'881.7	1'673.6	12.4%
- Schweiz	1'519.4	1'373.1	10.7%
- EU	362.3	300.5	20.6%
Wert des Neugeschäfts (CHF Mio.)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

Kostensätze in % der verdienten Prämien

20

Leben: Veränderung Embedded Value (EV)

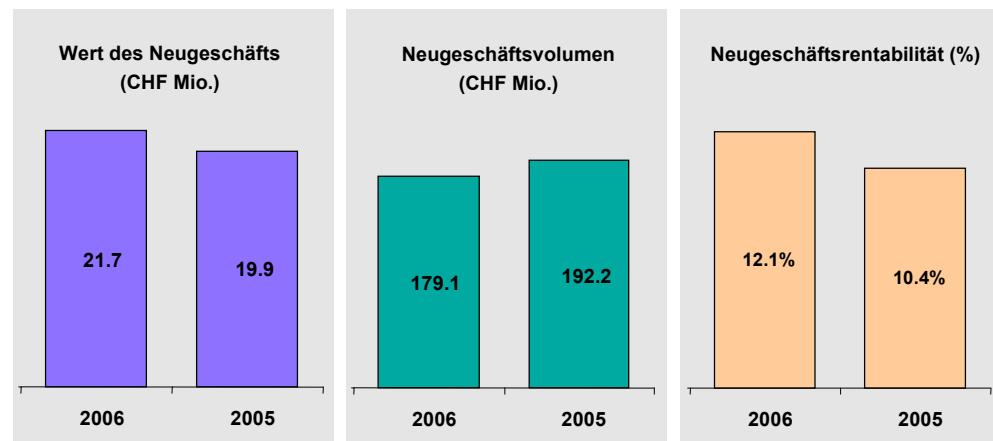
Embedded Value-Rendite von 14.1%



21

Leben: Wert des Neugeschäfts

Steigerung der Neugeschäftsmarge von 10.4% auf 12.1%



22

Helvetia Gruppe: Kapitalanlagen-Performance



(CHF Mio. bzw. %)	2006	2005	+/-
Laufender Ertrag aus Kapitalanlagen	867.0	841.1	3.1%
- Zins und Dividendenertrag	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	1301.5	-14.8%
Direkte Rendite²⁾	3.1%	3.2%	-0.1%
Anlageperformance³⁾	3.1%	5.5%	-2.4%

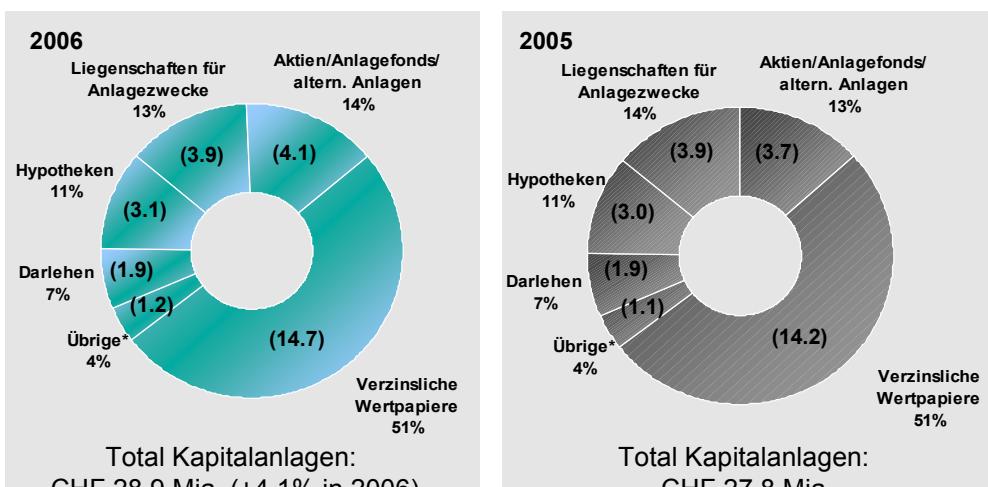
1) nach Abzug der Aufwendungen für die Anlageverwaltung

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.)

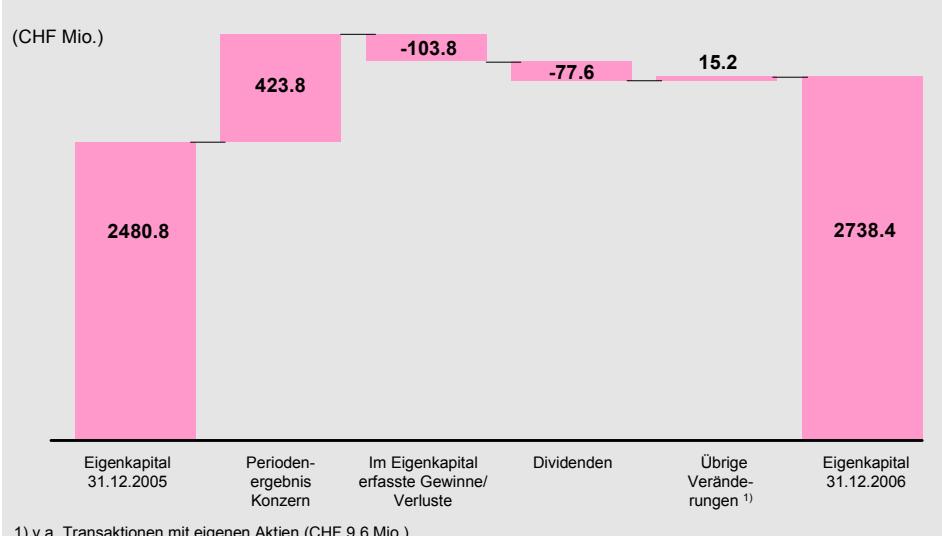
23

Helvetia Gruppe: Struktur der Kapitalanlagen



24

Helvetia Gruppe: Entwicklung des Eigenkapitals



25

Helvetia Gruppe: Eigenkapital versus Börsenkapitalisierung



CHF	2006	2005
Periodenergebnis je Aktie ¹⁾	49.3	36.2
Kons. EK je Aktie ²⁾	319.1	290.0
Dividende je Aktie ³⁾	13.50	9.00
Aktienkurs per Ende Jahr	401.5	278.0
BK / EK	126.9%	97.0%
Anzahl Aktionäre	4366	4129

1) Auf Basis gewichteter Durchschnitt der Aktien im Umlauf
 2) Auf Basis Aktien im Umlauf
 3) Basierend auf dem Antrag an die Generalversammlung

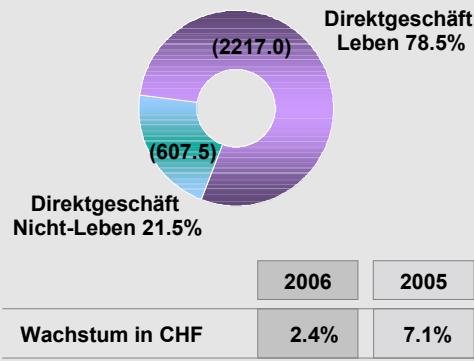
26

Das Schweizer Geschäft

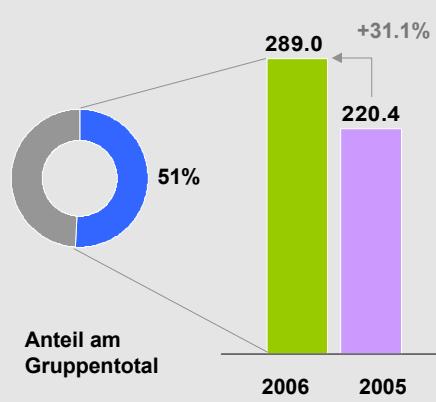
Roland Geissmann, CFO

Schweiz: Gesamtes Direktgeschäft über Markt gewachsen

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



Ergebnis vor Steuern
(in CHF Mio.)



Schweiz: Prämien im Lebengeschäft gesteigert



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

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

29

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

30

Schweiz: Prämien Nicht-Leben mit dynamischem Wachstum



(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%

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

31

Schweiz: Herausragende Profitabilität im Nicht-Lebengeschäft



	2006	2005
Bruttoprämiens (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%

- Ausgezeichnete Ertragskraft
- Gutes Schadenjahr

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

32

**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.	✓	Hohe Gewinnsteigerung gg. VJ ROE-Ziele deutlich übertrffen
Ertragsorientiertes Wachstum in Leben und Nicht-Leben	Wachstum von 2.0 % in L und 4.2 % in NL	✓	Wachstum über Markt in L und NL
Combined Ratio unter 100%	Combined Ratio von 82.9%	✓	Hohe Portefeuillequalität, keine ES-Ereignisse
Aktives Kostenmanagement	Stabile Kostenbasis	✓	Kosten unter Vorjahr und Budget
Attraktive Produktpalette	Neue Produkte in L und NL	✓	Raiffeisen Bau- u. Gebäude, Swisstrend, BVG Invest
Hohe Qualitätsorientierung	Finalist Espriz Qualitätspreis	✓	Gesetztes Ziel von 400 EFQM-Punkten wurde übertrffen

33



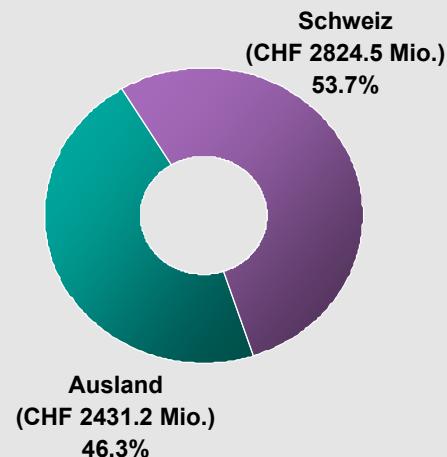
Die ausländischen Geschäftseinheiten

Erich Walser, CEO

Helvetia Gruppe: Bruttoprämien 2006

helvetica 

Bruttoprämien 2006: CHF 5255.7 Mio.



Bruttoprämien 2006

Auslandmärkte (CHF Mio.)

Wachstum

2006
(in CHF)

Deutschland	798	3.8%
Italien	523	-4.3%
Spanien	495	6.8%
Übrige	615	-4.0%

35

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

helvetica 

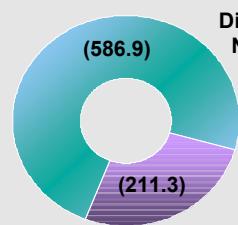
	2006	2005	+/-
Helvetia Gruppe	562.2	420.2	142.0
Schweiz	289.0	220.4	68.6
Ausland	273.2	199.8	73.4
- Deutschland	51.4	31.7	19.7
- Italien	27.7	28.1	-0.4
- Spanien	110.1	62.6	47.5
- Übrige	84.0	77.4	6.6

36

Deutschland: Gesamtes Direktgeschäft

helvetia 

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



Direktgeschäft
Nicht-Leben
73.5%

Direktgeschäft
Leben
26.5%

Wachstum

2006 **2005**

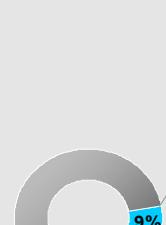
in CHF

3.8% 1.9%

in Originalwährung

1.9% 1.7%

Ergebnis vor Steuern
(in CHF Mio.)



**Anteil am
Gruppentotal**

51.4 +62.0%

31.7

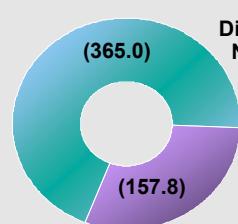
2006 2005

37

Italien: Gesamtes Direktgeschäft

helvetia 

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



Direktgeschäft
Nicht-Leben
69.8%

Direktgeschäft
Leben
30.2%

Wachstum

2006 **2005**

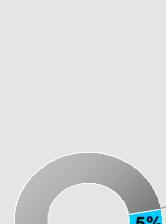
in CHF

-4.3% 19.7%

in Originalwährung

-6.1% 19.4%

Ergebnis vor Steuern
(in CHF Mio.)



**Anteil am
Gruppentotal**

28.1 -1.5%

27.7

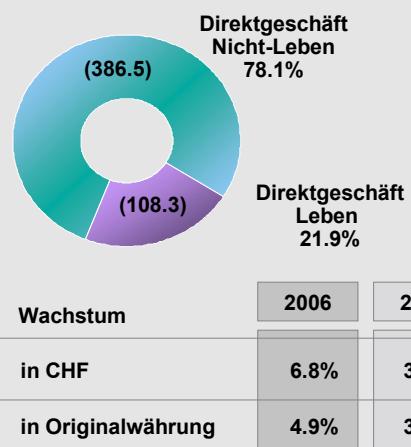
2006 2005

38

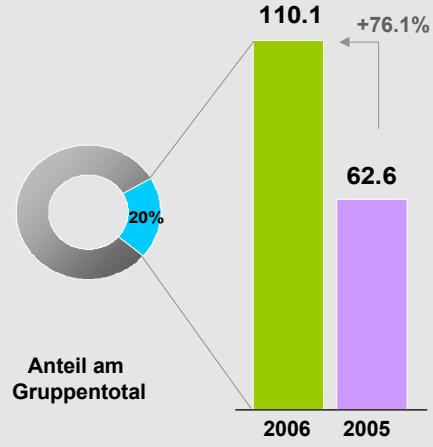
Spanien: Gesamtes Direktgeschäft

helvetia 

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



Ergebnis vor Steuern
(in CHF Mio.)

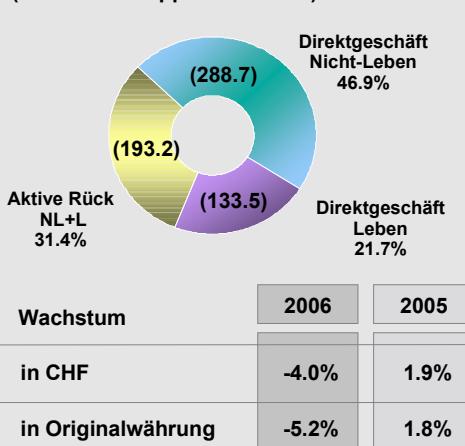


39

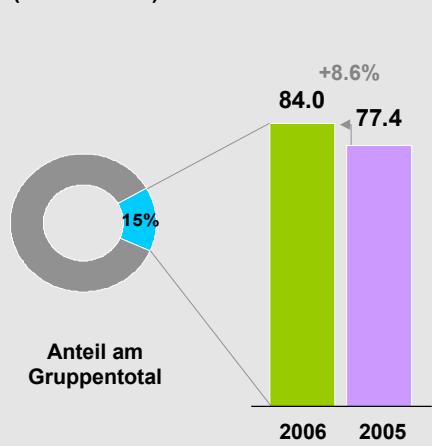
Übrige (Österreich / Frankreich / Aktive Rück): Gesamtes Geschäft

helvetia 

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



Ergebnis vor Steuern
(in CHF Mio.)



40

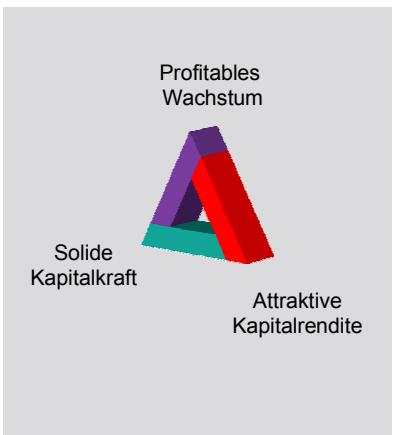
Ausblick

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-Lebensektor.
Finanzergebnis	Abhängig von der weiteren Entwicklung an den Kapitalmärkten.

Strategie 2010

Wert-Strategie mit klaren finanziellen Zielen



- **Attraktive Kapitalrendite von 15% nach Steuern wird angestrebt**
- **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
- Generierung von **profitablem Wachstum**:
 - Überdurchschnittliches **organisches Wachstum** in den bestehenden Ländermärkten / Branchen
 - Ausbau lokaler Positionen durch **gezielte Akquisitionen**

► Wert für unsere Aktionäre

Zielgerichtete strategische Positionierung



Attraktives Geschäftsportfolio

- Ertragreiche Märkte und profitable Nischen
- Klarer Kundenfokus auf Private und KMU

Starke Value Proposition
für Kunden

- "Best-in-Class"-Produkte und -Services
- Innovative Versicherungs- und Vorsorge-Lösungen
- Service-Qualität in Vertrieb und Betreuung

Wachstum durch hervorragenden
Kundenzugang

- Einzigartiges Vertriebsnetz mit starken Kooperationen
- Vertriebspartnerschaften für definierte Produkte
- Hohe Loyalität von Kunden und Vertriebspartnern

helvetia



Dynamischer Brand mit Schweizer Identität



45

Die vier wichtigsten strategischen Stoßrichtungen



1. Zielgerichtetes strategisches und finanzielles Portfolio-Management:

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

2. Verbesserung der operativen Performance:

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

3. Forcierung von profitabilem Wachstum

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

4. Effektives Asset-(Liability-) Management

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

46

Schaffung von bis zu 15% bedingtem Kapital



Die konsequente Erhöhung der finanziellen Flexibilität ...

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

... ist Teil der aktuellen Strategie 2007-2010

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

47



helvetia 

48

helvetica A

**Fragen
Sie uns.**

helvetica A

Anhang

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 Umbenennung in Helvetia Holding AG

Kennzahlen

Ungefähr 2 Millionen Kunden im Leben- und Nicht-Lebengeschäft

Nr. 6 in der Schweiz⁽¹⁾, Nischenversicherer in anderen europ. Märkten



Konsolidierte Bruttoprämien 2006:
CHF 5.3 Mrd.

Börsenkapitalisierung Ende 2006:
von CHF 3.5 Mrd.

(1) Basis: Gebuchte Bruttoprämien

Rund 4'600 Mitarbeitende in 6 europ. Ländern

51

Die Geschäftsleitung auf einen Blick

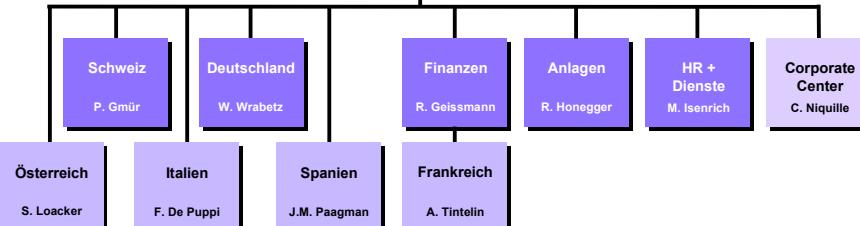


Vorsitz

E. Walser

Generalsekretariat
Th. Oesch

Interne Revision
W. Staubli



- Mitglieder der Geschäftsleitung Gruppe
- Weitere Ländermärkte
- Supportfunktionen

52

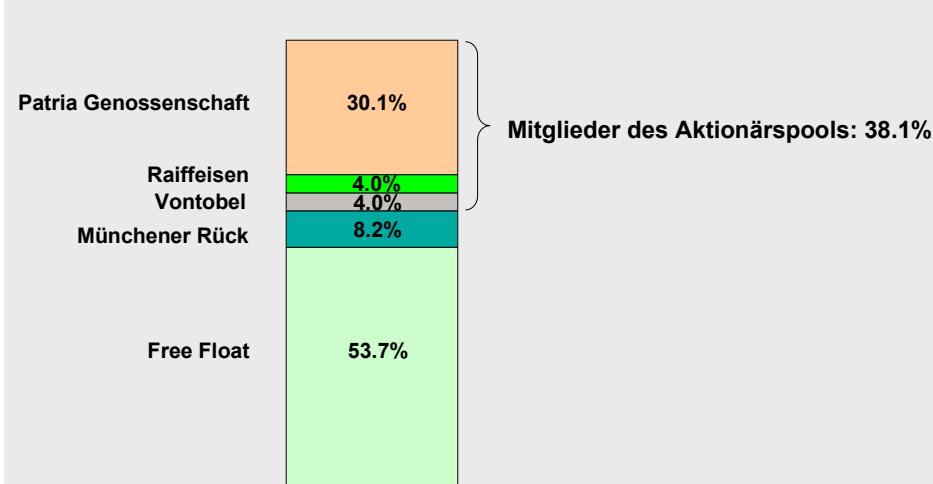
Wichtige Termine



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

53

Die Aktionärsstruktur



54

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)
Fusion der Helvetia Feuer und der Helvetia Allgemeine, St.Gallen
Weitere Tochtergesellschaften der Helvetia in Spanien, Italien und Deutschland
- 1974 Beginn der Partnerschaft zwischen Helvetia und Patria
- 1986-1988 Gründung der Helvetia Patria Holding, St.Gallen
- 1992 Akquisition der La Vasco Navarra (Spanien); Erwerb des Portefeuilles der NCD (Italien)
- 1993 Zusammenschluss der beiden Gesellschaften La Vasco Navarra und Cervantes Helvetia zur Helvetia CVN, Madrid/Pamplona
- 2000 Erwerb des südspanischen Versicherer Previsión Española, Sevilla
- 2001 Erwerb der Norwich Union Vita, Mailand; Umbenennung in Helvetia Life
- 2002 Erwerb des Transportversicherungsgeschäfts der britischen Royal und 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 Erwerb einheitlicher Brand mit "helvetia" als leicht verständlichem, unverwechselbarem Namen

55

Kontakt:



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

Adresse:

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

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

56

Haftungsausschluss bezüglich zukunftsgerichteter Aussagen

helvetia 

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) Zinsatzänderungen, (4) Wechselkursfunktionalen, (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) Sterblichkeit, und Morbiditätsrate sowie (9) Erneuerungs- und Verfallsraten von Policien. 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.