

Gruppenstrategie

Die Helvetia Gruppe steht seit mehr als 150 Jahren für zuverlässige Versicherungsleistungen. Die Eckpfeiler unseres Erfolges basieren auf der Kombination ausgewählter Tätigkeitsmärkte, attraktiver Versicherungslösungen und dem Streben nach nachhaltigem Wachstum, begleitet von versicherungstechnischer Disziplin, hohem Kostenbewusstsein und einer umsichtigen Anlagestrategie. Dies wird unterstützt durch eine solide Kapitalausstattung. Erneut zeigen unsere Leistungen 2014, dass wir mit der Strategie «Helvetia 2015+» in einem nach wie vor in vieler Hinsicht herausfordernden Umfeld gut auf Kurs sind. Wir sind überzeugt, mit der Fortsetzung unserer profitablen Wachstumsstrategie auch zukünftig den grössten Mehrwert für Kunden, Mitarbeitende und Aktionäre schaffen zu können.

Strategische Ambition

Die Ambition der Helvetia Gruppe besteht darin, den Wert unseres Geschäftsportfolios in ausgewählten europäischen Märkten dynamisch und nachhaltig zu steigern. Hierbei wollen wir eine führende Anbieterin im Heimmarkt Schweiz sein und unsere Positionen in den attraktiven Regionen Mittel- und Südeuropa weiter verbessern. Dabei betonen wir eine sinnvolle geografische Diversifikation und eine ausgewogene Balance zwischen dem ertragsstarken Nicht-Lebengeschäft, dem weiterhin Potenzial bietenden Vorsorgegeschäft sowie dem profitablen, aber zyklischeren Rückversicherungsgeschäft. Daneben streben wir weiterhin aktiv und systematisch gezielte Zukäufe und strategische Kooperationen an.

Die Umsetzung unserer Ambition basiert auf organischem Wachstum, ergänzt durch ausgewählte, gezielte Akquisitionen, mit Fokus auf das Retail- und das KMU-Geschäft. Hier sehen wir durch unsere innovativen und passgenauen Kundenlösungen, begleitet von einer stetigen Weiterentwicklung unserer vertrieblichen Reichweite, grosses Potenzial für die Zukunft. Wir verstehen uns als Qualitätsanbieterin und wollen die

«Schweizer Versicherung» sein. Die Kundenorientierung ist in unseren Werten tief verankert. Wir legen auf die Zufriedenheit unserer Kunden und Mitarbeitenden höchsten Wert. Auf dieser Grundlage schaffen wir einen grösstmöglichen Nutzen für unsere Aktionäre. Dies wird flankiert durch unsere fortlaufenden Anstrengungen zur Steigerung unserer Ertragskraft. Hierbei sind wir weiterhin bestrebt, die Produktivität unserer betrieblichen Abläufe in den Ländermärkten durch eine weitere gruppenweite Ausrichtung ausgewählter Prozesse und Systeme stetig zu steigern.

Unsere Ambition akzentuieren wir durch die folgenden Zielsetzungen entlang unseres Leitsatzes: «Spitze bei Wachstum, Rentabilität und Kundentreue».

Das Jahr 2014 war geprägt von einer zaghaften wirtschaftlichen Erholung in unseren Kernmärkten, wobei das ökonomische Umfeld weiterhin herausfordernd blieb. Vor diesem Hintergrund hat sich unsere Strategie «Helvetia 2015+» einmal mehr bewährt. In allen drei strategischen Feldern Wachstum, Rentabilität und Kundentreue konnte Helvetia gute und – bezogen auf anorganisches Wachstum – bemerkenswerte Erfolge erzielen.

Wachstum

Wir wollen unsere Marktpositionen dynamisch ausbauen. Im Geschäftsjahr 2014 war unsere Wachstumsambition von zwei strategisch wichtigen Übernahmen geprägt.

Mit der Akquisition der Basler Österreich hat Helvetia das Potenzial, die Prämien zukünftig um über 50 Prozent zu steigern und mit einem Prämienvolumen von rund EUR 400 Mio. in die Top-10 der Versicherungsunternehmen in Österreich aufzusteigen. Im Geschäftsjahr 2014 stieg das Geschäftsvolumen dank der Übernahme bereits um 18 Prozent, wobei Basler Österreich seit 28.8.2014 im Konzernabschluss berücksichtigt wurde. Im Nicht-Lebengeschäft betrug die Stei-

gerung gar 23.5 Prozent. Da der weitaus grösste Teil des erworbenen Geschäftsportfolios dem ertragsstarken Nicht-Leben zugehörig ist, setzt Helvetia das Ziel einer optimalen Balance der Geschäftsbereiche konsequent um. Daneben bietet das erweiterte Vertriebsnetz Möglichkeiten für nachhaltiges, profitables Wachstum. Schliesslich verspricht die Zusammenführung zentraler Dienste eine zusätzliche Professionalisierung und mehr operative Effizienz.

Im Juli wurde das Zusammengehen von Helvetia und Nationale Suisse vereinbart. Die aus dem Zusammenschluss hervorgehende «neue Helvetia» wird ein Prämienvolumen von rund CHF 9 Mia. erwirtschaften und über ein Gewinnpotenzial von mehr als CHF 500 Mio. verfügen. In der Schweiz entsteht damit die führende Schweizer Allbranchenversicherung. Auch in unseren ausländischen Kernmärkten können wir durch die Übernahme unsere Positionen verbessern. Der neue Marktbereich «Specialty Markets» kombiniert die Expertise beider Unternehmen in den Sparten Engineering (technische Versicherungen), Transportversicherung, Art (Kunst) sowie Aktive Rückversicherung. Die drei neuen strategischen Bereiche Schweiz, Europa und «Specialty Markets» ermöglichen eine bestmögliche Nutzung der bewährten Stärken beider Häuser optimal und bieten beste Voraussetzungen für eine gesunde Weiterentwicklung. Weitere Informationen hierzu finden Sie im Kapitel «Die neue Helvetia» auf den Seiten 10 bis 13.

2014 blieben die Rahmenbedingungen für die Realisierung nachhaltig profitablen organischen Wachstums schwierig. Zwar ist eine Erholung in unseren Kernmärkten erkennbar, trotzdem verblieb die gesamtwirtschaftliche Lage gerade in den südeuropäischen Ländern herausfordernd. Hinzu kam eine weitere Verschärfung des Niedrigzinsumfelds.

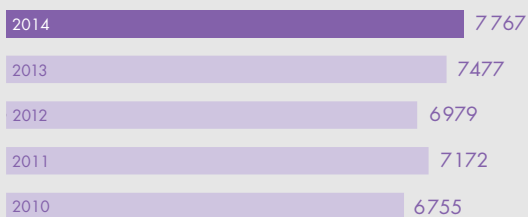
Im ertragsstarken Nicht-Leben wurde auf währungsbereinigter Grundlage dank der Akquisitionen ein erfreuliches Wachstum von 10.3 Prozent erreicht. Ohne Berücksichtigung der beiden akquirierten Gesellschaften betrug der Zuwachs 1.4 Prozent. Fast alle Ländermärkte haben einen positiven Wachstumsbeitrag geleistet. Einzig im Ländermarkt Frankreich kam es zu einem leichten Rückgang, welcher sich aus der entschiedenen

Rückführung unprofitabler Verträge ergab. Das Lebengeschäft wuchs akquisitionsbedingt 1.1 Prozent und hätte sich ohne Nationale Suisse und Basler Österreich rückläufig entwickelt. Das Neugeschäft gegen Einmaleinlage im Einzel-Leben ging insbesondere in unserem grössten Ländermarkt Schweiz aufgrund des niedrigen Zinsumfelds deutlich zurück. Das Kollektiv-Leben zeigte demgegenüber weiteres Wachstum.

Nach den Akquisitionen von Nationale Suisse und Basler Österreich bieten nun die zusammengeführten Produktportfolios der «neuen Helvetia» in jedem Land organisch neue Opportunitäten der Marktbearbeitung und damit Potenzial für attraktives organisches Wachstum. Rückblickend konnte Helvetia die Marktpositionen in allen Kernmärkten nachhaltig und teils deutlich ausbauen. Die «neue Helvetia» wird weiterhin über eine äusserst solide Kapitalausstattung und eine nun sehr gut gesteigerte Gewinnkraft verfügen. Damit ist die Wahrnehmung wertsteigernder Opportunitäten grundsätzlich möglich, wobei unser Fokus für das kommende Geschäftsjahr klar auf einem flüssigen Integrationsprozess liegt.

Geschäftsvolumen

in Mio. CHF



Rentabilität

Wir wollen unsere Profitabilität nachhaltig steigern. Trotz des anhaltend schwierigen Wirtschaftsumfelds konnte Helvetia erneut einen erfreulichen Gewinnzuwachs beim Ergebnis aus der Geschäftstätigkeit (d. h. der dem Geschäft von Helvetia, Nationale Suisse und Basler Österreich zugrunde liegende Gewinn inkl. Synergien und ohne Transaktionseffekte wie Restrukturierungskosten, Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Fair Value-Anpassungen) von 15.9 Prozent verzeichnen. Treiber war wiederum das ertragsstarke Nicht-Lebengeschäft, das mit einer Steigerung von 33.3 Prozent überzeugte. Die Ergebnissteigerung war auf ein organisch besseres technisches Ergebnis zurückzuführen und wurde durch die Akquisition von Nationale Suisse und Basler Österreich zusätzlich unterstützt. Die Netto Combined Ratio verbesserte sich von 93.6 Prozent im 2013 auf 93.1 Prozent. Wir bleiben einer systematischen und nachhaltigen Verbesserung unserer Kostenbasis und damit einer Reduzierung unserer Kostensätze über die Zeit verpflichtet.

Trotz des planmässigen Rückgangs des Geschäftsvolumens im Lebengeschäft konnte dessen absoluter Gewinnbeitrag nahezu gehalten werden. Dieses Ergebnis ist insbesondere vor dem Hintergrund mehrerer Belastungsfaktoren erfreulich. Dazu zählen unter anderem das weiterhin anhaltende Niedrigzinsniveau und die diesbezüglich erneut zu bildenden Reserveverstärkungen. Darüber hinaus boten die Aktienmärkte nicht mehr den Rückenwind, den sie dem Lebengeschäft noch 2013 verliehen haben. Wir werden unseren Fokus im Neugeschäft weiterhin auf das kapitaleffiziente, nicht-traditionelle Lebengeschäft legen, wobei wir insbesondere unsere modernen Lebensversicherungsprodukte konsequent weiterentwickeln wollen.

Die Helvetia Gruppe wird nach vollzogenem Zusammenschluss mit der Nationale Suisse zukünftig eine absolut höhere Gewinnkraft aufweisen. Darüber hinaus führt der höhere Anteil des ertragreichen Nicht-Lebengeschäfts, insbesondere in unserem Heimmarkt Schweiz, zu höheren Gewinnmargen in der Gruppe. Dies wird durch die Realisierung der Synergieeffekte, die wir im Rahmen beider Transaktionen anstreben, noch weiter verstärkt.

Kundentreue

Wir wollen den Kundennutzen bedürfnisgerecht erhöhen. Mit unserem Fokus auf Retail- und KMU-Kunden steht die Treue unserer Kunden im Zentrum unseres Handelns. Daher haben wir permanent zahlreiche Massnahmen in unseren Kernmärkten in Umsetzung, die auf die Gewinnung neuer Kunden und die Bindung bestehender Kunden abzielen. Hierbei wollen wir unseren Kunden einen echten Mehrwert bieten, insbesondere durch unsere innovativen Produkte und passgenauen Kundenlösungen.

Daneben sehen wir insbesondere in den Produkten der Nationale Suisse, die bislang nicht im Geschäftsportfolio der Helvetia enthalten waren, sehr gute Ansatzpunkte für noch umfassendere Kundenlösungen. Hierzu zählen unter anderem das Kranken- und Unfallversicherungsgeschäft in der Schweiz und die Kunstversicherungen.

Finanzielle Ziele

	Zielsetzung 2015+	Ausweis 2014
Combined Ratio (Nicht-Leben)	94 % – 96 %	93.1 %
Neugeschäftsmarge (Leben)	1.2 % – 1.5 %	0.8 %
Solvenz I	> 175 %	216 %
Ratingklasse	A	A
Eigenkapitalrendite (ROE) zinsumfeldbedingt kurzfristig leicht unter 10 %	8 % – 10 %	9.6 % ¹
Ausschüttungsquote ^{1/2}	30 % – 50 %	44 %
Wachstum über dem Markt		> 4 %
Verbesserung der Kosteneffizienz		~

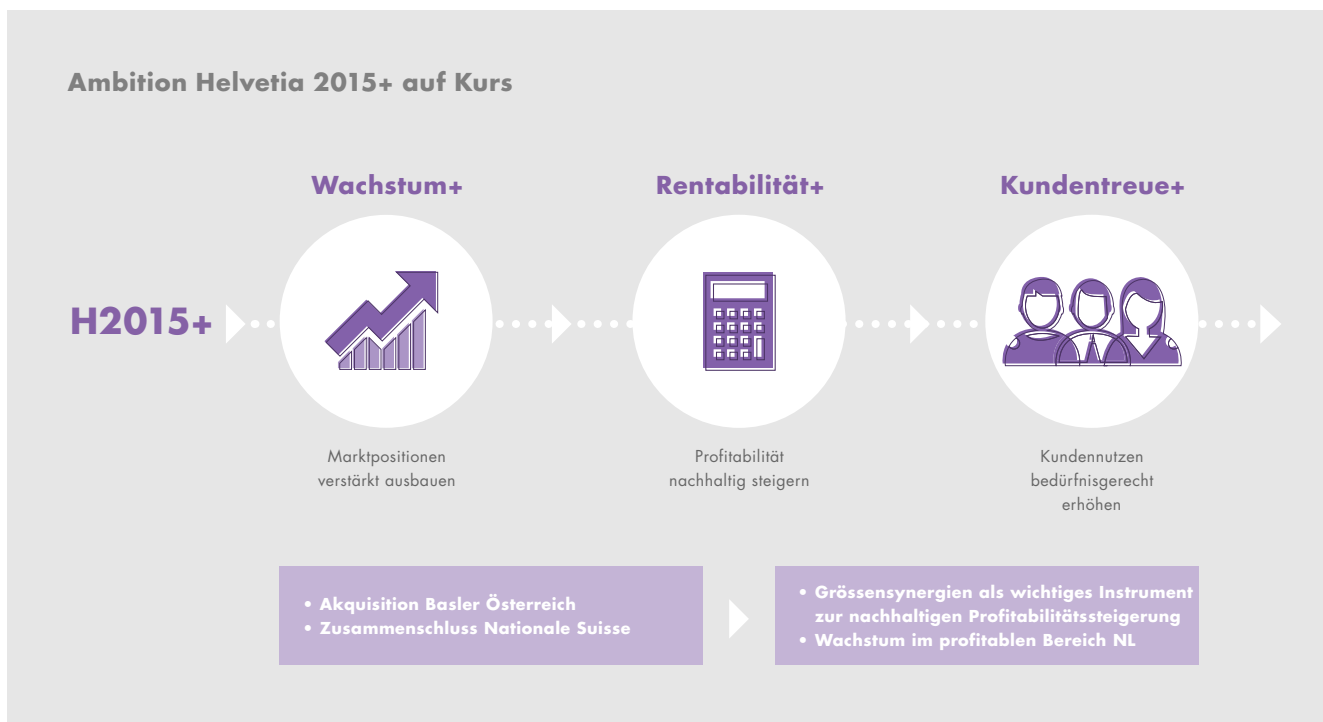
¹ In Prozent des Ergebnisses aus der Geschäftstätigkeit

² Antrag an die Generalversammlung

Unsere finanziellen Ziele

Den Erfolg unserer Strategie messen wir unter anderem an mittelfristigen Finanzziele. Das anhaltend herausfordernde wirtschaftliche Umfeld hat die Zielerreichung bei manchen Kriterien der Strategie «Helvetia 2015+» erschwert. Die im Jahr 2014 erzielte Eigenkapitalrendite betrug 9.6 Prozent¹ und lag somit im Erwartungskorridor von 8 Prozent bis 10 Prozent. Mit einer Solvenz I von 216 Prozent weist Helvetia nach wie vor eine sehr gute Kapitalstärke auf. Helvetia verfolgt eine nachhaltige Dividendenpolitik mit attraktiven und stabilen Dividendenflüssen. Primäres

Ziel ist es, den Aktionären jährlich eine nachhaltige und in absoluter Höhe steigende Dividende auszuzahlen, wobei sich die Ausschüttungsquote in einem Korridor von 30 Prozent bis 50 Prozent bewegt. Dank des erfreulich angestiegenen Gewinnausweises wird der Generalversammlung eine Erhöhung der Dividende auf neu CHF 18.00 pro Aktie vorgeschlagen. Mit einer Ausschüttungsquote von 44 Prozent des Ergebnisses aus der Geschäftstätigkeit sowie einer Dividendenrendite von 3.8 Prozent setzt die Helvetia ihre aktionärsfreundliche Ausschüttungspolitik nachhaltig fort.





Ruedi Burkart
Leiter Aussendienst Region Ost

spürte umgehend nach der Bekanntgabe einen Veränderungsprozess bei den Mitarbeitenden. Für ihn ist ein Schlüsselfaktor, dass beide Unternehmen rasch zu EINER Versicherung werden: «Die grösste Herausforderung liegt wohl darin, dass es gelingt, schnell zur Einheit zusammenzuwachsen. Erst dann können die wichtigen Stellhebel für Synergien und Effizienz zu wirken beginnen.»



Joy Müller
Geschäftsführerin smile.direct

kennt das kompetitive Umfeld des Online-Versicherungsgeschäfts und sieht primär die Chancen, die sich durch den Zusammenschluss eröffnen: «Agilität, Dynamik und Geschwindigkeit sind matchentscheidend in unserem Umfeld. Ich wünsche mir weiterhin Unterstützung für zukünftige Vorhaben und freue mich, wenn wir gemeinsam weiterhin als Innovator und Vorreiter im Direktgeschäft agieren können.»