



Vienna Insurance Group – Erfolgreiche Expansion in CEE

22. Oktober 2007

A

Strategie der Vienna Insurance Group

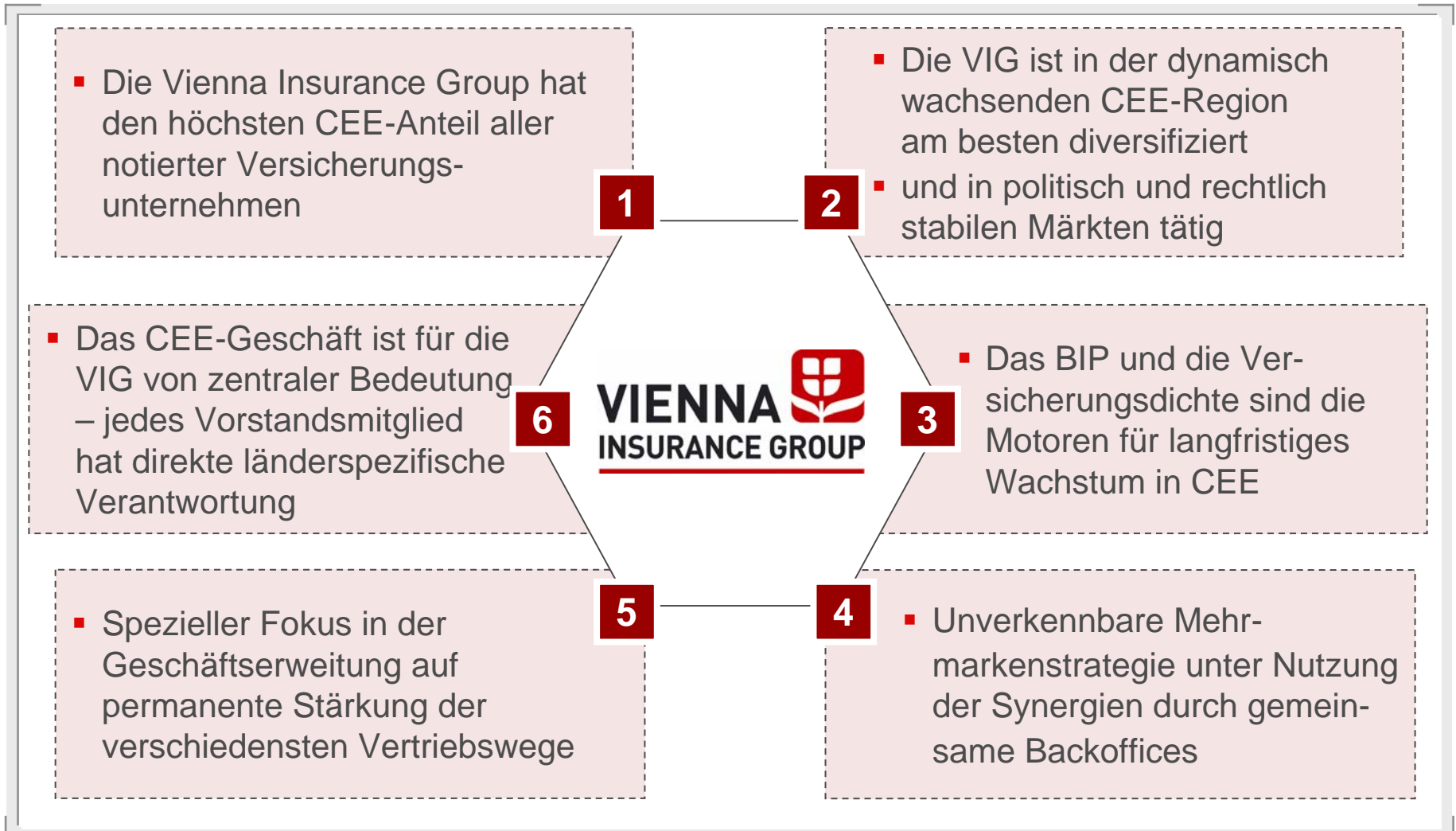
B

Ziele und Zusammenfassung

C

Appendix

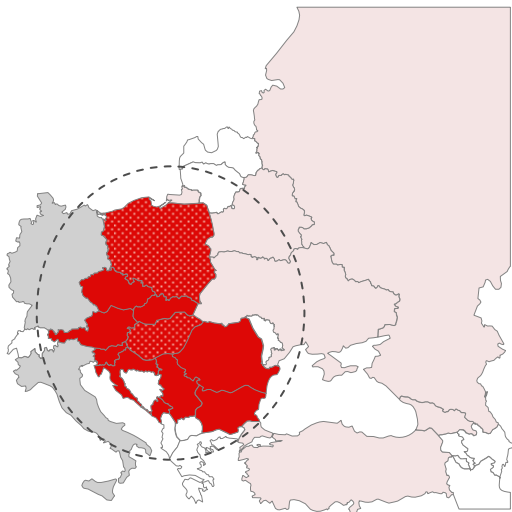
Die Highlights der VIG-Story



Größtes CEE Versicherungs-“Pure Play”

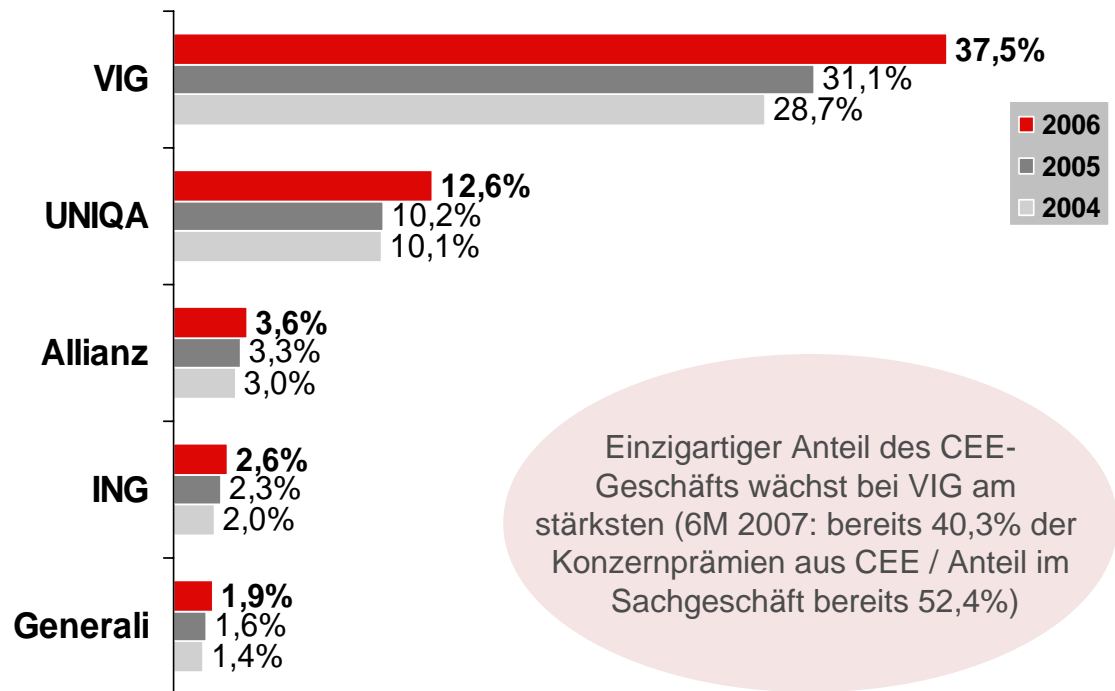
VIG erfasst das Wachstumspotential in CEE am besten

Märkte der VIG



- VIG ist der führende österreichische Versicherungskonzern und in 20 Ländern aktiv

CEE Prämienanteil in % der Konzernprämien

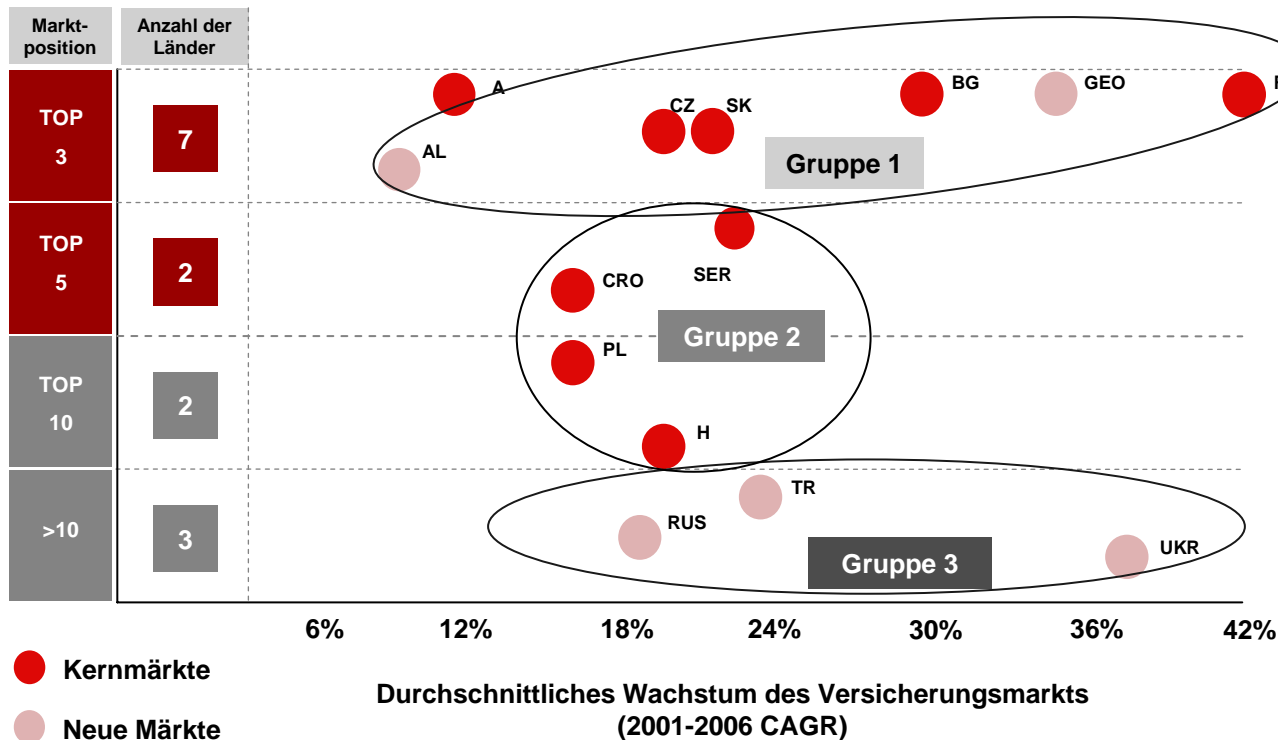


Einzigartiger Anteil des CEE-Geschäfts wächst bei VIG am stärksten (6M 2007: bereits 40,3% der Konzernprämien aus CEE / Anteil im Sachgeschäft bereits 52,4%)

Bestens auf den Märkten positioniert

Versicherungsmärkte in unterschiedlichen Entwicklungsstadien

A 5



Gruppe 1¹

Bevölkerung: 48,5 Mio.

BIP/Kopf: \$ 7.216²

Dichte: \$ 206³

Gruppe 2

Bevölkerung: 60,6 Mio.

BIP/Kopf: \$ 8.663²

Dichte: \$ 293³

Gruppe 3

Bevölkerung: 262,7 Mio.

BIP/Kopf: \$ 5.440²

Dichte: \$ 113³

Quelle: Swiss RE 04/2007, Unternehmensdaten 3M 2007, VVO

1: exkl. Georgien (Daten nicht verfügbar)

2: gewichtetes durchschnittliches BIP/Kopf der Gruppe

3: gewichtete durchschnittliche Versicherungsdichte der Gruppe

Hervorragende Marktpositionen in CEE

VIG als “early mover” in CEE

A 6

Überblick

Details

Slowakei	Tschechien	Bulgarien	Rumänien
Bev.: 5,4 Mio.	Bev.: 10,2 Mio.	Bev.: 8,2 Mio.	Bev.: 21,6 Mio.
BIP/Kopf: \$ 10 TSD	BIP/Kopf: \$ 14 TSD	BIP/Kopf: \$ 4 TSD	BIP/Kopf: \$ 5 TSD
Dichte NL: \$ 207	Dichte NL: \$ 316	Dichte NL: \$ 88	Dichte NL: \$ 76
Dichte L: \$ 130	Dichte L: \$ 204	Dichte L: \$ 13	Dichte L: \$ 19
Marktanteil: 29,8%	Marktanteil: 27,7%	Marktanteil: 20,8%	Marktanteil: 17,7%
Kroatien	Serbien	Polen	Ungarn
Bev.: 4,6 Mio.	Bev.: 8,2 Mio.	Bev.: 38,5 Mio.	Bev.: 10,1 Mio.
BIP/Kopf: \$ 9 TSD	BIP/Kopf: \$ 4 TSD	BIP/Kopf: \$ 9 TSD	BIP/Kopf: \$ 11 TSD
Dichte NL: \$ 286	Dichte NL: \$ 69	Dichte NL: \$ 160	Dichte NL: \$ 184
Dichte L: \$ 82	Dichte L: \$ 8	Dichte L: \$ 151	Dichte L: \$ 192
Marktanteil: 7,4%	Marktanteil: 6,4%	Marktanteil: 4,3%	Marktanteil: 2,5%

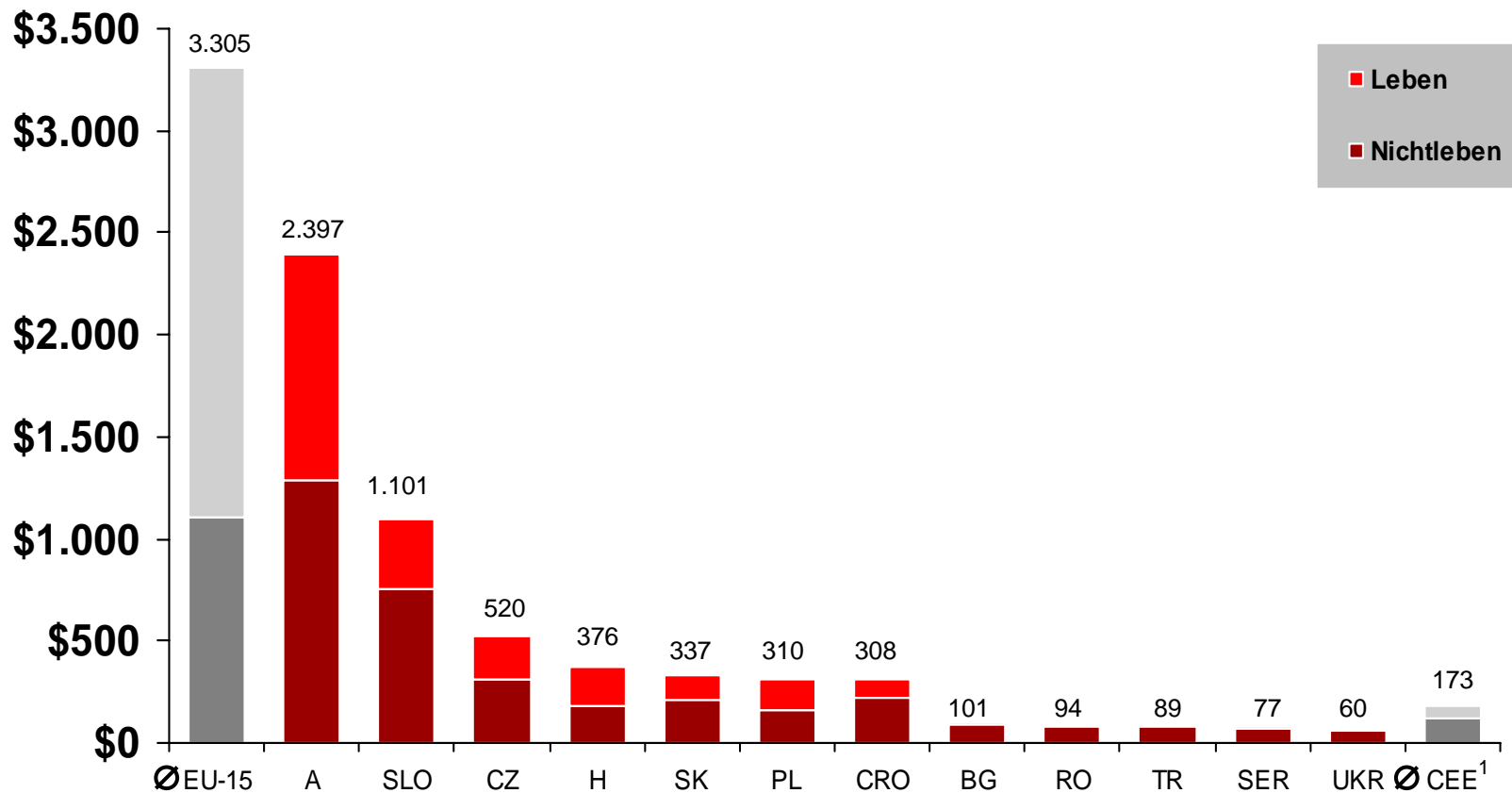
- Führende Marktposition in fast allen Kernmärkten
 - Starke Marktpositionen auch in der Türkei, der Ukraine, Georgien und Albanien
-
- Fokus: Retailgeschäft
 - Gezielter Markteintritt
 - Straffes operatives Management

Quelle: Swiss RE 04/2007,
Marktanteile: Unternehmensdaten, 3M 2007

Außerordentliches Wachstumspotential

Versicherungsdichte, 2006 (Prämien pro Kopf)

A 7



Quelle: Swiss Re, Sigma Nr. 4/2007

1: Gewichteter Durchschnitt; Definition CEE: Bulgarien, Kroatien, Tschechien, Ungarn, Polen, Rumänien, Serbien, Slowakei, Slowenien, Türkei und Ukraine.

Vertrieb ist der Schlüssel zum Erfolg (I)

Mehrmarkenstrategie sichert Loyalität

A 8

Mehr Marken

VIENNA 
INSURANCE GROUP

WIENER 
STÄDTISCHE
VIENNA INSURANCE GROUP

Bank  Austria
Creditanstalt Versicherung
VIENNA INSURANCE GROUP

Kooperativa 
VIENNA INSURANCE GROUP

ROYAL Polska 
VIENNA INSURANCE GROUP


VIENNA INSURANCE GROUP

Kooperativa 
VIENNA INSURANCE GROUP

UNION
BIZTOSÍTÓ
VIENNA INSURANCE GROUP

OMNIASIG
VIENNA INSURANCE GROUP

Funktion

- VIG ist Dachmarke und “Familienname” der Konzerngesellschaften
- Lokale Gesellschaften behalten ihre individuellen Marken als “Vorname”
- Ausgeprägtes Markenbewusstsein in den lokalen Märkten
- Gut eingeführte lokale Marke sichert Loyalität der Mitarbeiter und des Managements, der Kunden und der “affinity groups” sowie des Vertriebs
- Verkauf und Vertrieb ist lokale Verantwortung
- Mehrmarkenstrategie unterstützt wesentlich Multikanalvertrieb

Mehr Marken & Multikanalvertrieb unterscheiden VIG von den meisten Mitbewerbern

Vertrieb ist der Schlüssel zum Erfolg (II)

Multikanalvertrieb sichert Kundenzugang

A 9

Starker Multikanalvertrieb



Details

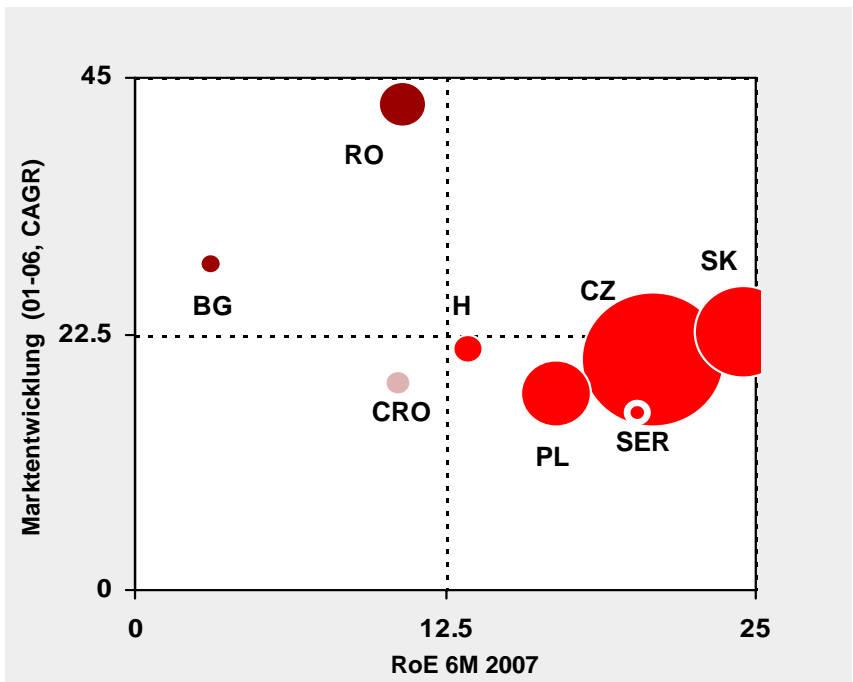
- Der Außendienst (angestellt und/oder exklusive Agenten) ist das Rückgrat in allen Märkten
- Intensive Nutzung von Maklern, Bankkooperationen, Struktur- und Direktvertrieben
- Die Gruppe setzt auf bestehende Vertriebswege der erworbenen Gesellschaften in CEE und baut diese weiter aus
- Der Aufbau von starken Vertriebswegen ist der Schlüsselfaktor für den Ausbau des Geschäfts in CEE
- Die Vertriebsstruktur ist abhängig von den Bedingungen am jeweiligen Markt

Managementansatz

- Das lokale Management ist verantwortlich für Verkauf und Rentabilität - in der Regel ein operativer Vorstand aus Österreich
- Jedes Vorstandsmitglied der VIG trägt die Verantwortung für ein oder mehrere CEE-Länder
- Direkter und unmittelbarer Zugang der VIG Vorstandsmitglieder zu den Tochtergesellschaften zum Aufbau von Know-how und für schnelle Entscheidungen
- Langfristiger Fokus auf Privatkunden
- 2-4 Jahre um Break-Even zu erreichen, danach dynamische Rentabilitätsentwicklung

Track Record

- Bereits 40 Prozent der Konzernprämien und mehr als 30 Prozent des Konzerngewinns kommen aus CEE



Die Vienna Insurance Group in Österreich

Attraktiver Marktanteil und Wachstumspotential im Lebensgeschäft

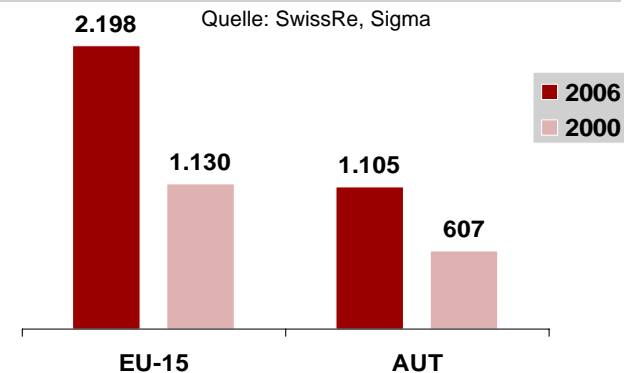
A 11

Situation in Österreich

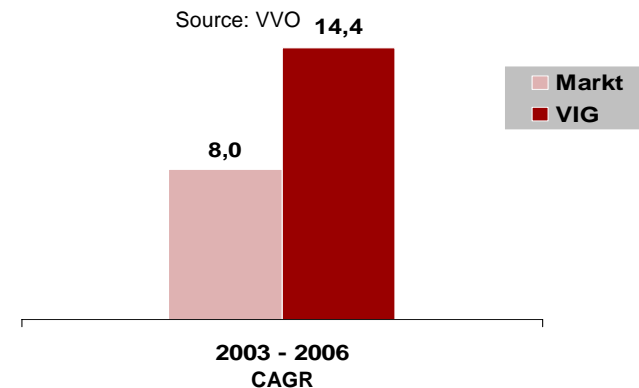
- Führende Marktposition in allen Segmenten:
 - Nr. 1 im Sachgeschäft mit 21% Marktanteil
 - Nr. 1 in Leben mit 23% Marktanteil
 - Nr. 2 in Kranken mit 21% Marktanteil
- Marktanteilszugewinne durch organisches Wachstum
- Starkes Wachstumspotential in Leben: Österreich hat im Vergleich zu den EU-15 Aufholbedarf bei den Prämien pro Kopf
- Weitere Reformen des Sozialsystems führen zur verstärkter Nachfrage nach Lebens- und Pensionsvorsorgeprodukte

Details

Lebensversicherung: Prämie/Kopf (USD)



Wachstum in Leben: Markt vs. VIG



A Strategie der Vienna Insurance Group

B Ziele und Zusammenfassung

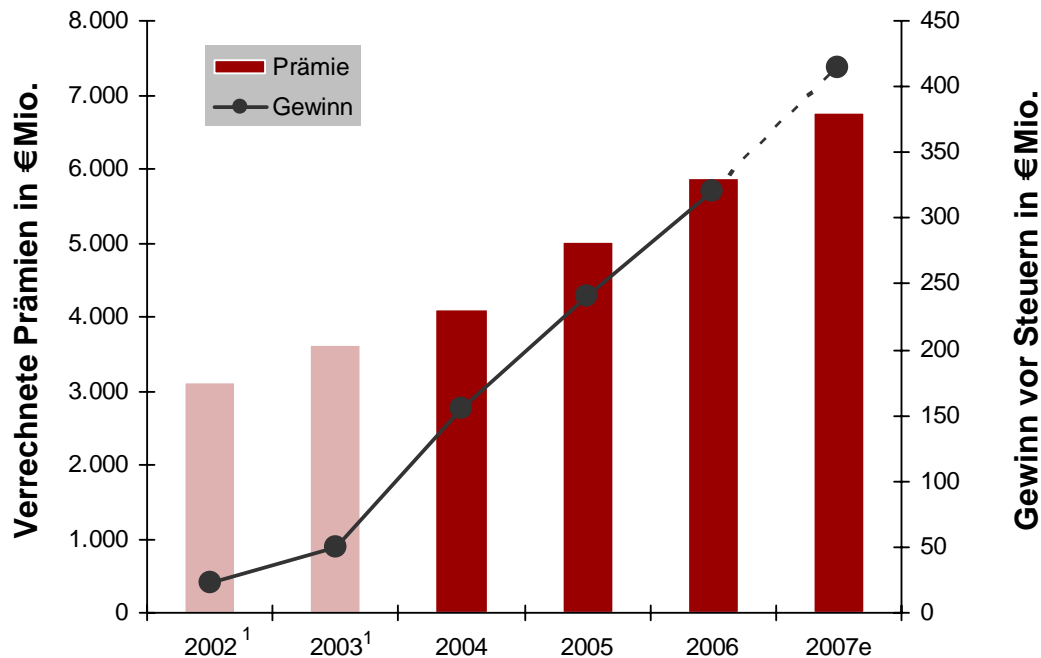
C Appendix

Die Strategie geht auf

Starker Ergebnisanstieg

B 13

Entwicklung



Anmerkungen

- Im Zeitraum 2002 bis 2006 konnte die VIG die Verrechneten Konzernprämien annähernd verdoppeln. Das bedeutet eine durchschnittliche Wachstumsrate von mehr als 17% pro Jahr.
- Von 2004 bis 2007e steigert die VIG den Konzerngewinn vor Steuern von EUR 156 Mio. auf EUR 410+ Mio. Dies entspricht einer durchschnittlichen Wachstumsrate von 38% pro Jahr.

1: Werte for 2002 and 2003 gem. Österreichischem Unternehmensgesetzbuch (UGB)

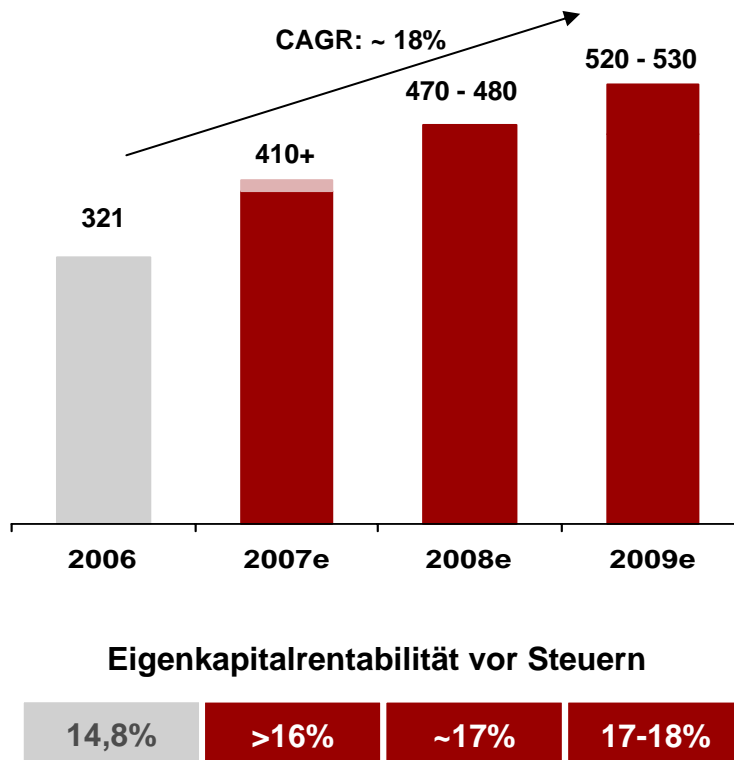
Gewinnziel 2007 wird überschritten; Dividendenerhöhung um 25%

B 14

Finanzziele der VIG

Anmerkungen

Gewinn vor Steuern in €Mio.



- Basierend auf den Ergebnissen zum 1. HJ 07 wird das Ziel für den Konzerngewinn vor Steuern von EUR 410 Mio. überschritten
- Die Dividendenpolitik der VIG sieht eine Ausschüttungsquote von min. 30% des Konzernüberschusses vor
- Für das Jahr 2007 wird das Management eine Dividende von über EUR 1,-- pro Aktie vorschlagen – im Vergleich zum Vorjahr eine Erhöhung um 25%
- Die Unternehmenspolitik sieht vor, die Netto Combined Ratio durchgehend unter 100% zu halten

Pläne vor zwei Jahren

- **Stärkung und Ausbau der führenden Position in Österreich**
- **Ausbau des CEE-Geschäfts durch Akquisitionen und organisches Wachstum**
 - **Nutzung der Wachstumstreiber BIP und Versicherungsdichte bzw. -durchdringung**
- **Steigerung der Rentabilität**
- **Ausweitung des Geschäftsportfolios**

Position heute

- **Steigerung des Marktanteils in Österreich um mehr als 2 Prozentpunkte -> Nr. 1 Position erreicht**
- **Prämienvolumen aus CEE nahezu verdoppelt**
- **Fortlaufende Expansion**
- **Top 5 Position in fast allen Kernmärkten**
- **Gewinn je Aktie trotz SPO gestiegen**
- **Anteil aus Segment 'Übrige CEE' ist größer als Anteil der Segmente CZ und SK**

A Strategie der Vienna Insurance Group

B Ziele und Zusammenfassung

C Appendix

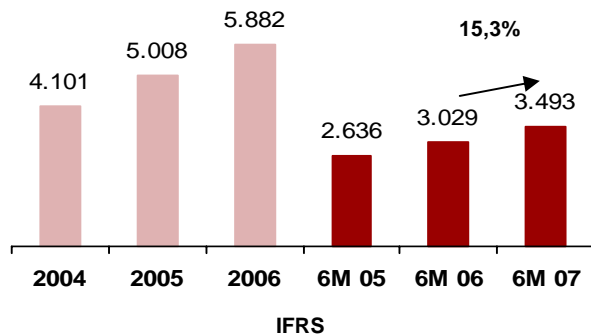
VIG nutzt konsequent einzigartige Positionierung in CEE

- Organisches Wachstum über dem Markt -> Erhöhung Marktanteile
 - VIG Nr. 1 in Nichtleben in Tschechien mit Marktanteil von 34,3%
 - VIG Nr. 1 in KFZ in der Slowakei mit Marktanteil von 42,1%
- Anteil der CEE-Prämien über 40%
- Erstmals in einem HJ 1-Milliarde-Euro-Grenze im S/U-Geschäft in CEE überschritten
- Weitere Diversifizierung des Portfolios

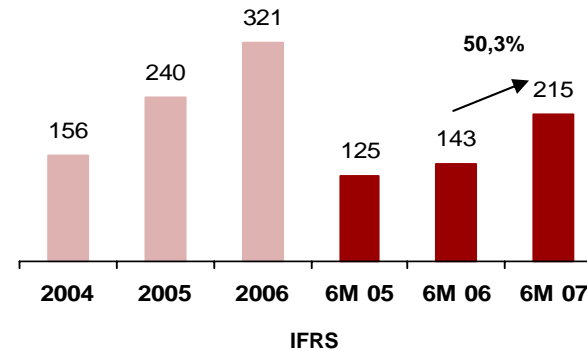
6M 2007 Highlights (II)

Verrechnete Prämien +15,3%; signifikanter Anstieg der Rentabilität

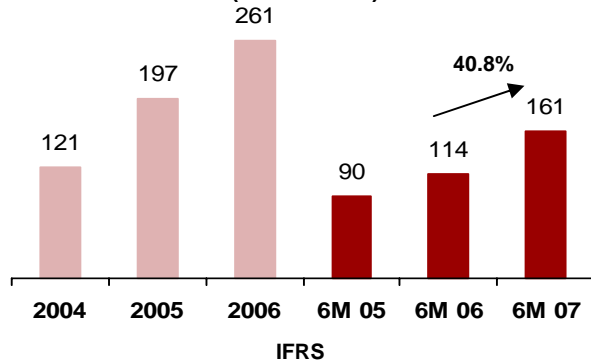
Verrechnete Prämien
(in EUR Mio.)



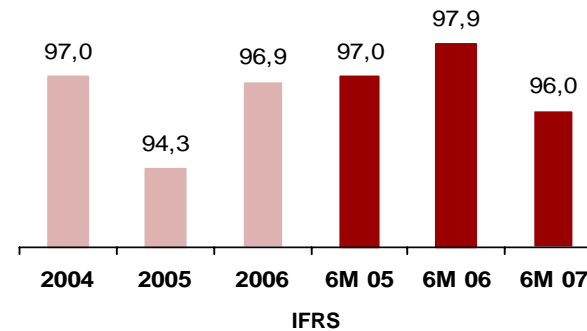
Gewinn vor Steuern
(in EUR Mio.)



Gewinn nach Steuern und Minderheiten
(in EUR Mio.)



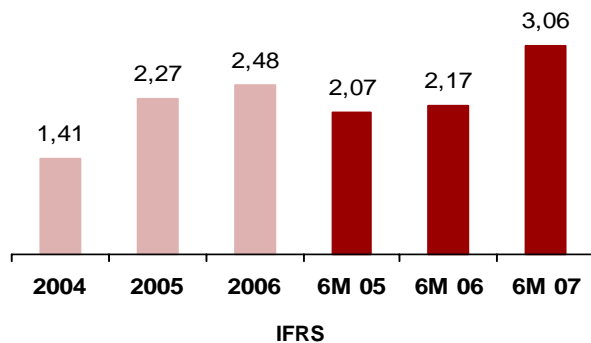
Net Combined Ratio (in %)



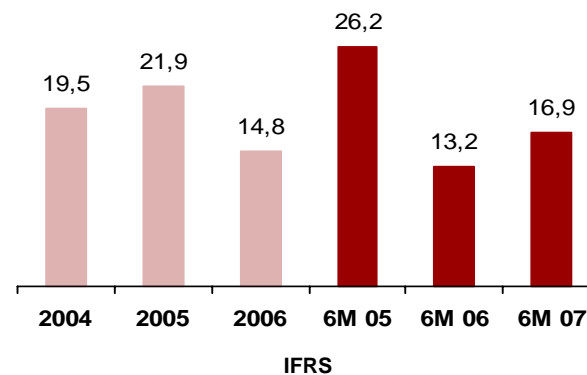
6M 2007 Highlights (III)

Solider Anstieg beim Gewinn je Aktie

**Gewinn je Aktie
(annualisiert)**



Eigenkapitalrentabilität (in %)



Wiener Städtische Versicherung AG
Vienna Insurance Group
Schottenring 30, 1010 Wien
www.wienerstaedtische.com

Wiener Börse:	WST
Reuters:	WISV.VI
Bloomberg:	WST AV
Datastream:	O:WNST

- **Thomas Schmee**
Tel. +43 (0)50 350 – 21900 t.schmee@staedtische.co.at
 - **Nina Higatzberger**
Tel. +43 (0)50 350 - 21920 n.higatzberger@staedtische.co.at
 - **Nicolas Mucherl**
Tel. +43 (0)50 350 – 21930 n.mucherl@staedtische.co.at
 - **Sabine Pulz (Assistant)**
Tel. +43 (0)50 350 - 21919 s.pulz@staedtische.co.at
- Fax +43 (0)50 350 99 - 23303 investor.relations@staedtische.co.at