

Rede zur 119. Hauptversammlung am 9. Juni 2010 im Rosengarten in Mannheim von Helmut Posch, Vorstandsvorsitzender der Mannheimer AG Holding

Sehr geehrte Damen und Herren, sehr geehrte Aktionäre,

auch im Namen des Vorstands begrüße ich Sie herzlich zur 119. Hauptversammlung der Mannheimer AG Holding.

2009 – ein Jahr der besonderen Ereignisse:

Barack Obama vermittelt weltweit neuen Optimismus und Hoffnung, gleichzeitig ist die **Wirtschaft in Europa und USA auf Talfahrt** und es kommt zu großen Insolvenzen. Zum Beispiel Arcandor. Diese hat unmittelbar Wirkung auch auf unseren Konzern. Infolge der Arcandor-Pleite mussten wir 1 Mio. € in den Pensionsversicherungsverein zuzahlen. Trotz dieser und anderer nicht erfreulicher Ereignisse und schwieriger Rahmenbedingungen kann ich Ihnen heute von einer **guten Entwicklung des Konzerns** berichten.

So konnten wir infolge des **Rückkaufs** der Mannheimer Krankenversicherung AG die Beiträge der Gruppe um rund 25 Prozent steigern, die mamax Lebensversicherung AG hat den **Break-even** geschafft und mit unserer Schaden- und Unfallversicherungsgesellschaft, der Mannheimer Versicherung AG, konnten wir **das beste versicherungstechnische Ergebnis** seit vielen Jahren erreichen.

Auch ist es gelungen, die Primärkosten der Gesamtgruppe planmäßig weiter zu senken, obwohl uns dies durch Sondereinwirkungen wie die unvorhersehbare Zuzahlung wegen der Arcandor-Pleite erschwert wurde. Diese Entwicklung schafften wir durch unser weiterhin sehr konsequent geführtes Projektmanagement zur Verbesserung der Prozesse, unser **Ertragsverbesserungsprogramm**. Aber auch die Wirkung unseres in 2007 gestarteten **Arbeitszeitmodells**, welches im Jahr 2009 die tiefste Stufe erreichte, hat maßgeblich die Kostenentwicklung positiv beeinflusst.

Ein **zentrales Thema** im Bereich Versicherungstechnik und Marketing war die **Produktentwicklung**. In der Hauptversammlung vor einem Jahr habe ich eine massive Produktoffensive angekündigt. Dementsprechend haben wir die gesamte Produktpalette des Privatkundengeschäfts in 2009 erneuert. Und zusätzlich daraus eine neue Marke entwickelt – die VertrauensPartnerschaft – die wir Anfang dieses Jahres in den Markt gebracht haben. Auf unsere neuen Produkte werde ich im zweiten Teil meiner Ausführungen noch eingehen.

Alles in allem konnten wir das Konzernergebnis zum Jahresende 2009 deutlich steigern. Heute können wir Ihnen, unseren Aktionären, auf dieser Basis erneut eine **Dividendenzahlung** aus dem Bilanzgewinn der Mannheimer AG Holding vorschlagen. Dass sich diese Dividende im Vergleich zum Vorjahr leicht reduziert, resultiert aus der im Jahr 2009 höheren Steuerlast infolge stark gesunkener Verlustvorträge gegenüber den Vorjahren.

So viel als Erstes im Überblick. Im Weiteren möchte ich Sie detaillierter in den folgenden vier Abschnitten informieren:

1. Geschäftsergebnisse 2009
2. Produkte und Innovationen
3. Aktuelle Geschäftsentwicklung und Ausblick 2010
4. Tagesordnungspunkte.

1. Geschäftsergebnisse 2009

Die Abschlüsse der Einzelgesellschaften wurden wiederum nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuchs erstellt. Der Konzernabschluss erfolgte hingegen nach den Internationalen Rechnungslegungsvorschriften IFRS.

Mannheimer AG Holding

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,
ich beginne mit der Gesellschaft, an der Sie unmittelbar beteiligt sind, der **Mannheimer AG Holding**. Das originäre Versicherungsgeschäft – die

Rückversicherung – ist seit Jahren von untergeordneter Bedeutung. Hier weist die Holding wie im Vorjahr gebuchte Beiträge von 6,8 Mio. € aus. Das versicherungstechnische Ergebnis ist entsprechend gering.

Von weitaus größerer Bedeutung ist das **Kapitalanlageergebnis**, denn die Erträge der Konzernobergesellschaft werden im Wesentlichen aus den Gewinnen ihrer Beteiligungen erzielt. Maßgeblich ist hierbei das Ergebnis der Mannheimer Versicherung AG, der größten Tochtergesellschaft im Konzern. Diese steuerte im Berichtsjahr allein 17,5 Mio. € zum Kapitalanlageergebnis der Holding bei, das sich insgesamt von 16,0 auf 18,6 Mio. € erhöhte.

Unter Berücksichtigung des Sonstigen Ergebnisses – darunter wird bei unserer Holding unter anderem die Dienstleistungstätigkeit für ihre Töchter erfasst – erreichte die Holding ein **Ergebnis der normalen Geschäftstätigkeit** in Vorjahreshöhe von 4,4 Mio. €.

Der **Bilanzgewinn** ermäßigte sich wie bereits ausgeführt aufgrund erhöhter Steueraufwendungen auf 2,7 Mio. €. Nach dem diesjährigen Gewinnverwendungsvorschlag soll davon der weit überwiegende Betrag von 2,5 Mio. € an Sie, unsere Aktionäre, fließen. Das bedeutet eine **Dividende** von 4 Cent je gewinnberechtigter Stückaktie. Mit diesem Vorschlag wollen wir an der Ausschüttungspolitik der vergangenen drei Geschäftsjahre festhalten.

Mannheimer Versicherung AG

Mit der **Mannheimer Versicherung AG**, unserer größten Mannheimer Konzerngesellschaft, zählen wir traditionell zu den führenden deutschen Transportversicherern in bestimmten Segmenten. In diesem Geschäftsfeld haben wir herausragendes Know-how und daraus resultierend auch einen entsprechend großen Anteil unseres gesamten Portefeuilles, nämlich ca. 20 Prozent. Nun ist gerade der Transportsektor, wie hinlänglich in den Medien berichtet, in 2009 massiv eingebrochen. Die Auswirkungen haben wir auch zu spüren bekommen, vor allem in Form von Beitragsrückgängen. Dies führte dazu, dass sich die **gebuchten Beiträge** der Mannheimer Versicherung AG insgesamt um 1,4 Prozent auf 282,5 Mio. € reduzierten. Ein echter Wermutstropfen in einem sonst erfolgreichen Geschäftsjahr der Gesellschaft.

Erfreulicherweise konnten wir mit dem Wachstum unserer Markenprodukte diesen deutlichen Aderlass der Prämien in der Transportversicherung weitgehend – wenngleich nicht gänzlich – kompensieren. Als Beispiel möchte ich hier unsere Mannheimer Multi-Risk für Gewerbebetriebe und ganz besonders auch die Marke LUMIT[®], unser Versicherungskonzept für Solaranlagen und Solaranlagenerrichter, herausheben.

Der **Schadenverlauf** war im Gegensatz zu den Vorjahren ausgesprochen günstig. Nachdem wir, wie die gesamte Branche, im Jahr 2008 infolge des Frühjahrssturms "Emma" und 2007 noch gravierender des Orkans "Kyrill" eine erhebliche Schadenlast zu tragen hatten, blieben wir im Berichtsjahr von Großschäden und schwerwiegenden Elementarereignissen verschont. Außerdem kam uns zugute, dass wir unser Schadenmanagement optimiert und unsere Bestandssanierungen merkliche Erfolge gezeigt haben. Daher weisen wir für 2009 in der Bruttorechnung eine beachtliche Schadenquote von 59,1 Prozent aus. Netto, also nach Abrechnung mit den Rückversicherern, reduzierte sich die Quote gegenüber dem Vorjahr sogar um 7,5 Prozentpunkte auf 59,5 Prozent. Dieser Rückgang erklärt sich auch daraus, dass wir die Verträge mit den Rückversicherern 2009 neu geordnet haben. Zum einen erhöhten wir unseren Eigenbehalt, zum anderen profitierten unsere Rückversicherer in geringerem Maße von der Abwicklung der Vorjahresschäden.

Auf dieser Grundlage konnte der **versicherungstechnische Gewinn** für eigene Rechnung der Mannheimer Versicherung AG erheblich gesteigert werden. Er verbesserte sich von 4,7 Mio. € auf 13,7 Mio. €.

Dagegen ging leider das **Kapitalanlageergebnis** zurück, und zwar von 16,3 auf 10,2 Mio. €. Diese Entwicklung hat mehrere Ursachen: Einerseits das marktweit niedrigere Zinsniveau und andererseits bedingt durch die Wirtschaftskrise verstärkte Abschreibungen auf den Hypothekenbestand.

Dank der Ergebnissteigerung in der Versicherungstechnik machte das **Ergebnis der normalen Geschäftstätigkeit** (abgekürzt: EGT) aber immerhin einen deutlichen Sprung von 13,3 auf 17,6 Mio. € – das ist angesichts des schwierigen wirtschaftlichen Umfelds ein Resultat, auf das wir stolz sein können.

Mannheimer Krankenversicherung AG

Erfreulich entwickelte sich auch die **Mannheimer Krankenversicherung AG**, die im **Neugeschäft** ein überdurchschnittliches Wachstum von 40,6 Prozent auf rund 520 T€ Monatssollbeitrag erzielte. Zudem konnten viele neue Kunden gewonnen werden. Insgesamt hatten zum Ende des Berichtsjahres 25.233 Personen eine Vollversicherung bei der Mannheimer abgeschlossen, das sind netto 328 Personen mehr als zum Stichtag des Vorjahres. Darin sehen wir auch eine Bestätigung für die Strategie mit unserem 2008 eingeführten neuen Produktkonzept PURISMA®.

Die **gebuchten Beiträge** unseres Krankenversicherers erhöhten sich um 1,7 Prozent auf 108,4 Mio. €. Dieser Anstieg geht nur in geringem Maße auf Beitragsanpassungen zurück, während der Markt im vergangenen Jahr im Schnitt deutlichere Beitragserhöhungen vornahm.

Eine marktweite Entwicklung, der wir uns nicht entziehen konnten, ist der zunehmende Anstieg der Gesundheitskosten. Er spiegelt sich bei uns in einer merklich höheren **Schadenquote** wider. Diese Kennzahl kletterte im Berichtsjahr auf 83,3 (i.V. 79,9) Prozent.

Die **Verwaltungsaufwendungen** konnten hingegen von 5,4 Mio. € auf 5,2 Mio. € gesenkt werden.

Es gelang uns, das **Kapitalanlageergebnis** der Mannheimer Krankenversicherung AG leicht auf 19,5 Mio. € zu steigern. Die **Nettoverzinsung** reduzierte sich aufgrund des marktweit niedrigeren Zinsniveaus von 4,3 Prozent auf 4,1 Prozent.

Das **Ergebnis der normalen Geschäftstätigkeit** entspricht trotz der erhöhten Leistungsaufwendungen mit 1,0 Mio. € nahezu dem Vorjahreswert.

mamax Lebensversicherung AG

Ich komme nun zur **mamax Lebensversicherung AG**, kurz mamax, genannt. Wie ich schon ausführte, haben wir mit dieser Gesellschaft den Turnaround geschafft. Unsere Entscheidung, den selbstständigen AgenturPartnern der Mannheimer eigene

mamax-Produkte zur Verfügung zu stellen, hat sich als goldrichtig erwiesen. Nachdem die **Öffnung des mamax-Vertriebs für die Exklusivorganisation** schon 2008 erste Erfolge zeigte, legte die mamax 2009 im Neugeschäft nochmals erheblich zu. Die Versicherungssumme des Neuzugangs erhöhte sich um fast 50 Prozent auf 58,7 Mio. €.

Vor allem durch die vermehrte Nachfrage nach Basisrenten konnte zudem eine deutliche Bestandssteigerung der mamax erreichen. Die **gebuchten Bruttobeiträge** stiegen im Geschäftsjahr 2009 um 13,2 Prozent auf 11,2 Mio. €.

Daneben bietet die mamax als Internetversicherer weiterhin **Online-Lebensversicherungen mit ausgezeichnetem Preis-Leistungsverhältnis**, die in den einschlägigen Produktvergleichen regelmäßig mit sehr guten Bewertungen abschneiden. Darüber hinaus ist hierdurch auch der Werbeeffect für den eigenen Vertrieb beträchtlich.

Obwohl das Neugeschäft massiv gesteigert werden konnte, erhöhten sich die **Kosten** nur leicht. Sie betragen zum Ende des Berichtsjahrs 1,2 Mio. €, das sind 0,1 Mio. € mehr als im Jahr zuvor.

Trotz der allgemein schwierigen Kapitalmarktlage konnten wir das **Kapitalanlageergebnis** der mamax von 1,5 auf 1,8 Mio. € verbessern und auch die Nettoverzinsung leicht auf 4,5 (im Vorjahr 4,4) Prozent steigern.

So erwirtschafteten wir mit der mamax im Geschäftsjahr 2009 erstmals einen **Jahresüberschuss**. Das Unternehmen weist mit einem **Ergebnis der normalen Geschäftstätigkeit** von rund 31.000 € zwar keine große Summe aus, aber immerhin ein positives Ergebnis. Wir freuen uns über diesen Durchbruch. Auch wenn die derzeit noch geringe Portfeuillegröße eine gewisse Volatilität in den Ergebnissen mit sich bringt, sind wir sehr zuversichtlich, dass wir einer erfolgreichen Entwicklung der mamax entgegen sehen.

Mannheimer Konzern

Nun zum **Mannheimer Konzern**, dessen Ergebnisse, wie eingangs berichtet, nach IFRS ermittelt wurden.

In der Gewinn- und Verlustrechnung 2009 des Konzerns weisen wir einen kräftigen Anstieg der **gebuchten Bruttobeiträge** von rund 25 Prozent auf 376,2 Mio. € aus. Dieses deutliche Plus erklärt sich dadurch, dass die Mannheimer Krankenversicherung AG wieder in den Konzernabschluss einbezogen wird. Ohne Berücksichtigung dieses Effekts ergibt sich ein leichtes Abschmelzen der Konzernbeiträge von 0,9 Prozent, das mehrheitlich aus dem genannten Rückgang in der Sparte Transportversicherung resultiert.

Abgesehen von diesem marktbedingten Wermutstropfen sind wir mit dem Geschäftsverlauf im Konzern in diesem schwierigen Umfeld sehr zufrieden. Wie bereits dargestellt, verzeichneten wir 2009 einen guten **Schadenverlauf** und haben die **Kosten** planmäßig senken können.

Unsere eher **konservative Kapitalanlagepolitik** hat uns im Großen und Ganzen die erhofften Ergebnisse gesichert und sich damit ebenfalls als erfolgreich erwiesen. Im Konzern erwirtschafteten wir in der gesamten Berichtsperiode ein Kapitalanlageergebnis von 33,0 Mio. €, allerdings mit einem deutlich höheren Volumen aufgrund des Rückkaufs der Mannheimer Krankenversicherung AG. Der Vorjahreswert von 23,5 Mio. € ist damit nicht wirklich vergleichbar.

So konnten wir im Mannheimer Konzern unter dem Strich ein **Ergebnis der normalen Geschäftstätigkeit** von 6,7 Mio. € erzielen. Das bedeutet gegenüber dem Vorjahreswert von 1,6 Mio. € eine beachtliche Steigerung – und das trotz der schwierigen Wirtschaftslage.

Das **Eigenkapital** des Konzerns ist leicht gesunken, bewegt sich mit 130,7 (im Vorjahr 137,1) Mio. € aber immer noch auf einem hohen Niveau. Der Grund für diesen Rückgang liegt in der Absenkung des Zinssatzes zur Berechnung unserer Pensionsverpflichtungen, die sich in der IFRS-Welt im Eigenkapital auswirkt. Die Kapitalausstattung liegt aber weiterhin sehr deutlich über den gesetzlichen Mindestanforderungen. Jede Versicherungsgesellschaft im Konzern erfüllt die Solvabili-

tätsanforderungen bei weitem. So beträgt zum Beispiel die Gruppensolvabilität 227 Prozent.

HEROS

Wie Sie dem Lagebericht entnehmen können, müssen wir uns auch im fünften Jahr nach dem Zusammenbruch der HEROS-Gruppe weiterhin in einer Vielzahl von Gerichtsverfahren intensiv mit diesem Vorgang beschäftigen.

Erfreulicherweise hat eine größere Zahl von Anspruchstellern inzwischen die gefestigte Rechtsprechung der Gerichte akzeptiert, dass die Versicherer wegen des Fehlens eines Schadenfalls auf der Transportstrecke oder wegen der Anfechtung der Police wegen arglistiger Täuschung nicht zur Leistung verpflichtet sind.

Zudem hat das Hanseatische Oberlandesgericht Hamburg, welches neben dem OLG Celle ebenfalls ein HEROS Verfahren zu entscheiden hatte, Ende letzten Jahres eine Klage mangels Vorliegen eines Versicherungsfalls abgewiesen. Damit haben beide mit den HEROS Verfahren betrauten **Oberlandesgerichte zu unseren Gunsten** entschieden.

Diejenigen Kläger, die Beschwerden gegen die Nichtzulassung der Revision beim Bundesgerichtshof eingelegt haben, konnten aus unserer Sicht keine wesentlichen neuen Argumente vortragen. Wann der Bundesgerichtshof über diese Beschwerden entscheiden wird, ist nicht absehbar.

Wir sind **unverändert optimistisch**, dass sich unsere Bewertung des HEROS Komplexes letztendlich durchsetzen wird.

2. Produkte und Innovationen

Sehr geehrte Damen und Herren,

über die wesentlichen Zahlen und Fakten des Geschäftsjahres 2009 habe ich Sie informiert. Nun möchte ich gerne noch über die wichtigsten Neuerungen in der Mannheimer berichten.

Unserer Geschäftsstrategie folgend haben wir uns verpflichtet, **jährlich eine neue Marke** auf den Versicherungsmarkt zu bringen **oder ein bestehendes Produkt zu modernisieren**. Unser **Ziel ist die Innovationsführerschaft** in ausgewählten Marktsegmenten.

So haben wir eine **absolute Innovation** in der Schaden- und Unfallversicherung entwickelt und Anfang 2010 in den Markt gebracht: die **VertrauensPartnerschaft**. Bei dieser neuen Mannheimer Marke handelt es sich um die Abdeckung der wichtigsten Bereiche im Privatkundensegment in einem Bündel: private Haftpflicht-, Hausrat-, Wohngebäude- und Unfallversicherung. Wir haben in diesem Produktkonzept nicht nur die genannten Versicherungsleistungen optimiert, sondern wir haben auch aus der Erfahrung abgeleitete Kundenwünsche für die Handhabung des Produkts und ganz besonders für die gegenseitigen Obliegenheiten integriert.

So sieht dieses Produkt ein **tägliches Kündigungsrecht** ohne Fristen vor, wenn der Kunde mit uns nicht zufrieden ist. Weiterhin erstatten wir dem Kunden eine **volle Monatsprämie zurück**, wenn er im abgelaufenen Jahr schadenfrei geblieben ist. Und wir schicken ihm auf sein Handy einen Warnhinweis per **SMS bei aufziehendem Unwetter** oder Starkregen, exakt auf das genannte Postleitzahlengebiet eingegrenzt.

Mit diesen und weiteren **innovativen Leistungen** in Verbindung mit dem Deckungsumfang der Versicherungsbereiche haben wir mit diesem Produkt eine **herausragende Stellung im Markt** geschaffen und unseren Anspruch auf Innovationsführerschaft, wie ich meine, eindrucksvoll bestätigt. Der Erfolg in wenigen Wochen des Verkaufs bestätigt diese unsere Sicht.

Und zusätzlich zu den genannten Marktleistungen dieses Produkts kommunizieren wir gegenüber dem Kunden bewusst offen **'Ihr Vertrauen ist unsere Motivation'**, um damit auch die interne Selbstverpflichtung zur Erbringung der höchstmöglichen Qualität in jedem Arbeitsvorgang ins Bewusstsein zu bringen – unabhängig davon, in welcher Aufgabe der jeweilige Mitarbeiter für den Kunden tätig wird. Für weiterführende Informationen zu diesem wirklich einzigartigen Produkt lade ich Sie ein, zu unserem Stand vor dem Mozartsaal zu kommen.

Aber auch in der mamax haben wir in 2009 zwei neu Produktmarken entwickelt und ebenfalls Anfang 2010 in den Markt gebracht. Es sind dies die Berufsunfähigkeitsversicherung **macura**[®] und die private Rentenversicherung **primos**[®]. Beide Produkte schaffen bereits jetzt schon wesentliche Impulse für die Neugeschäftsentwicklung.

Und in der Krankenversicherung haben wir mit **HUMANIS**[®] **Tagegeld** zur Sicherung eines dauerhaften Zusatzeinkommens im Pflegefall eine Erweiterung unseres bekannten und oftmals top bewerteten Markenprodukts ZP HUMANIS[®], die Pflegekosten-Vollversicherung, geschaffen.

Eine weitere Innovation mit herausragender Marktwirkung konnten wir mit unserem **Webportal LUMIT.net** schaffen. Für unsere Marke LUMIT[®], der Solaranlagenversicherung, zählen neben den Betreibern von Solaranlagen vor allem auch die Errichter zu einer wichtigen Zielgruppe für uns. Speziell für diese Zielgruppe haben wir eine internetbasierte Technologie entwickelt, die es dem Errichter einer Solaranlage ermöglicht, die Daten seines Kunden und der Solaranlage direkt und einfach über ein Webportal an uns zu übermitteln und daraus resultierend unmittelbar das benötigte Versicherungszertifikat für den Kunden zu erstellen. Bei der Intersolar 2009 in München konnten wir diese Lösung vorstellen; inzwischen haben wir außerordentlich rege Nachfrage von Errichtern erfahren und konnten daraus viele neue Partnerschaften eingehen. Diese im Markt einmalige Lösung hat uns ganz maßgeblich bei dem hervorragenden Beitragswachstum in diesem Segment unterstützt.

Kundenzufriedenheit

Im Jahr 2009 haben wir eine **Kundenbefragung** in Auftrag gegeben. Wir haben damit eine sogenannte Nullmessung bezüglich der Zufriedenheit unserer Kunden erhoben. Aufbauend auf dieser Basis wollen wir alle 1,5 Jahre die Zufriedenheit unserer Kunden mit der von uns erbrachten Leistung überprüfen.

Eine zentrale Erkenntnis dieser ersten Befragung ist der **Faktor Qualität** auf allen Ebenen als entscheidendes Kriterium für Kundenzufriedenheit und damit Kundenbindung. In verschiedenen Kundensegmenten sind wir unterschiedlich gut positioniert.

Abgeleitet von diesen Erkenntnissen aus der Kundenzufriedenheitsbefragung, aber auch aus der festen Überzeugung, dass in schwieriger werdenden Märkten der Faktor Qualität zunehmend wichtig wird, haben wir im Herbst 2009 eine unternehmensweite **Qualitätsoffensive** initiiert. Wir wollen alle Beschwerden von Kunden, alle Hinweise von Mitarbeitern und Vertriebspartnern und alle Fehler konsequent erfassen und systematisch zur Verbesserung der Prozesse und daraus resultierend der Qualität nutzen. Dazu haben wir ein offenes Intranetforum eingerichtet, in dem jeder Mitarbeiter und jeder VertriebsPartner einen erkannten Fehler oder einen Verbesserungsvorschlag nach standardisierten Vorgaben eingeben kann. Und darüber hinaus kann dann in diesem offenen Forum die weitere Bearbeitung des Hinweises bis zur endgültigen Erledigung mitverfolgt werden.

So beziehen wir das gesamte Unternehmen, alle Mitarbeiter und VertriebsPartner, in den Qualitätsmanagementprozess mit ein. Damit werden wir auch in puncto Qualität und Kundenbeziehungsmanagement Maßstäbe setzen.

3. Aktuelle Geschäftsentwicklung und Ausblick 2010

Nun zur **aktuellen Geschäftsentwicklung**. Mit Stichtag 31. Mai 2010 zeigen sich folgende Kennziffern:

Das Neu- und Ersatzgeschäft der **Mannheimer Versicherung AG** ist um 16,8 Prozent zum Vorjahr gestiegen. Insbesondere auch durch die neue Marke VertrauensPartnerschaft konnten wir diese sehr gute Entwicklung schaffen.

In der **Mannheimer Krankenversicherung AG** haben wir ein Wachstum der Neuproduktion von 5,6 Prozent per 31. Mai diesen Jahres. Hier können wir nicht die Steigerung wie in der Schaden- und Unfallversicherung erreichen, jedoch toppen wir den Zuwachs von knapp 25 Prozent im Vergleichszeitraum des Vorjahrs nochmals.

In der **mamax**, deutlich beeinflusst durch die beschriebene Neuausrichtung als Produktgeber für den ExklusivVertrieb, konnten wir die Neuproduktion um 38,2 Prozent steigern.

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

auch wenn die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen des Marktes und insbesondere die Zeichen der Finanzmärkte derzeit noch nicht auf "grün" stehen, so haben wir doch mit unserem erfreulichen Neugeschäftsaufkommen in den ersten Monaten dieses Jahres einen wichtigen **Grundstein für ein wiederum erfolgreiches Jahr** gelegt. Diese Neugeschäftsergebnisse sehen wir auch als Bestätigung für unsere Strategie, als Bestätigung für die Innovationskraft der Mannheimer und ganz besonders als Bestätigung dafür, gerade in den Krisenphasen nicht nur defensiv zu agieren, sondern ganz im Gegenteil mit kreativen Lösungen, mit innovativen Produkten neue Zielgruppen zu erschließen und bestehende Kundenschichten von der Mannheimer zu begeistern.

Leider können wir uns aber auch nicht der Realität verschließen, dass wir auch im Jahr 2010 noch besonders von den nachlaufenden Wirkungen aus unserem Transportportefeuilleanteil **beitragsseitig Beeinträchtigung** erleiden werden. Dies deshalb, weil gerade Transportversicherungen von der Vertragsgestaltung her so angelegt sind, dass die Beitragsbemessung für das Jahr 2010 aus den durchgeführten Umsätzen des Jahres 2009 entsteht. Und da wissen wir, dass die Umsätze des Transportgewerbes noch deutlich negativ waren.

Aber auch die Kapitalmärkte stellen eine Herausforderung für jeden Versicherer, der Kundengelder anzulegen hat, dar. Doch wir bleiben optimistisch, dass wir mit

unserer ich nenne sie **intelligent konservativen Anlagestrategie** auch in diesem Umfeld die Ergebnisse erwirtschaften können, die ein zufriedenstellendes Gesamtergebnis ermöglichen werden.

Auf der **Schadenseite** werden wir zum Jahresende nicht die exzellenten Quoten des Jahres 2009 ausweisen können – soviel ist aufgrund von Großschäden und des Sturmereignisses Xynthia leider jetzt schon sicher.

Auf der **Kostenseite** werden wir trotz neu auf uns zukommender Belastungen infolge der neuen Rechnungslegungsvorschriften BilMoG – die ca. 2 Mio. € betragen werden – die Kosten planmäßig weiter senken können.

Mit unserer **Geschäfts- und Risikostrategie** sind wir auf dem richtigen Weg. Im Wettbewerb um die Zielgruppen sind unsere Vertriebspartner mit bewährten und neuen Produkten ausgestattet. Unser selbst gesetzter Maßstab für Innovation und Qualität schafft das Vertrauen für ertragreiche Kundenbeziehungen. Ich hoffe, ich konnte auch Sie heute davon überzeugen.

So rechnen wir auch für das laufende Jahr mit **zufriedenstellenden Geschäftsergebnissen** und einem weiteren Schritt nach vorne in der Entwicklung des Mannheimer Versicherungskonzerns.

4. Tagesordnungspunkte

Sehr geehrte Aktionäre,
bevor Sie im Anschluss über die heutigen Tagesordnungspunkte abstimmen, möchte ich auf zwei Themen noch kurz eingehen:

Unter **Punkt 5** bitten wir Sie um Ihre Zustimmung, ein **genehmigtes Kapital zu schaffen**. Konkret handelt es sich um die Ermächtigung des Vorstands, das Grundkapital der Gesellschaft mit Zustimmung des Aufsichtsrats innerhalb der nächsten fünf Jahre um bis zu 30 Mio. € zu erhöhen. Es gibt keinen aktuellen Anlass von dieser Option Gebrauch zu machen. Es handelt es um einen Vorratsbeschluss, der uns in die Lage versetzen soll, strategisch sinnvolle Entscheidungen zügig zu realisieren.

Zum Tagesordnung **Punkt 8** möchte ich Folgendes erklärend hinzufügen: Nachdem unsere Gesellschaft im Jahr 2009 alle Anteile an der Mannheimer Krankenversicherung AG wiederum erworben hat, soll – wie dies in früheren Jahren bereits der Fall war – erneut ein Unternehmensvertrag zwischen beiden Gesellschaften abgeschlossen werden. Aus diesem Grund bitten wir unter Punkt 8 der Tagesordnung um Ihre Zustimmung zu dem **Beherrschungs- und Gewinnabführungsvertrag**, der am 8. April 2010 abgeschlossen wurde.

Sehr geehrte Damen und Herren,

auch im Namen meiner Vorstandskollegen möchte ich zum Abschluss unseren Mitarbeitern und Führungskräften für Ihren Einsatz und Ihre Leistungen im zurückliegenden Geschäftsjahr herzlich danken. 2009 war gewiss kein einfaches Jahr. Nachdem am 1. Juli 2009 die tiefste Stufe unseres Arbeitszeitmodells in Kraft trat, bedeutete dies zudem für alle Beteiligten einen weiteren finanziellen Einschnitt beim Gehalt. Aber durch diesen Verzicht haben sämtliche Mitarbeiter und Führungskräfte inklusive dem Vorstand zusätzlich dazu beigetragen, in einem schwierigen Marktumfeld erfolgreich zu bestehen – das möchte ich nochmals ausdrücklich betonen.

Bei unseren Agentur- und MaklerPartnern bedanken wir uns ebenfalls herzlich für ihr Engagement und ihren tatkräftigen Beitrag zum Erfolg unseres Unternehmens. Ihnen und ganz besonders unseren Kunden danken wir für ihr Vertrauen in die Mannheimer.

Dem Aufsichtsrat der Mannheimer AG Holding danken wir für die uns übertragene Verantwortung und das in uns gesetzte Vertrauen.

Ihnen, den Aktionären der Gesellschaft, danken wir weiterhin herzlich für ihr Investment in unser Unternehmen.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!