



Presseinformationen

13.06.2006

**Mannheimer AG Holding informiert Hauptversammlung über
Geschäftsjahr 2005:**

Turnaround geschafft, gute Aussichten

Mehr Kunden, neue Produkte, höhere Erträge

Im Rahmen ihrer ordentlichen Hauptversammlung informierte die Mannheimer AG Holding heute ihre Aktionäre über das Geschäftsjahr 2005, wie sie den Turnaround geschafft hat, und mit welchen neuen Ideen sie in die Zukunft geht.

Geschäftszahlen 2005: Positive Bilanz

Bereits bekannt sind die guten Geschäftszahlen des Jahres 2005: Das Konzernergebnis stieg auf 6,6 Mio \ (i.V. 3,0 Mio \ Verlust), der Jahresüberschuss der Holding auf 3,2 Mio \ (i.V. 0,8 Mio \). Die gebuchten Beitragseinnahmen der Mannheimer Versicherung AG erhöhten sich im selbst abgeschlossenen Geschäft auf 276,1 Mio \ (i.V. 274,9 Mio \). Die Gesellschaft erzielte ein Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EGT) von 10,2 Mio \.

Markenstrategie erfolgreich: Deutliches Wachstum

Die Markenversicherungen der Mannheimer sind im Jahr 2005 zum Teil zweistellig gewachsen. "Ich freue mich, dass unsere Kunden die Qualität unserer Produkte honorieren und wir hierdurch so deutlich wachsen können. Das stimmt mich für die Zukunft sehr optimistisch", sagt Helmut Posch, Vorstandsvorsitzender der Mannheimer AG Holding, auf der Hauptversammlung. Ein Beispiel für die hohe Wertschätzung der Kunden ist die Auszeichnung der Mannheimer zum "Juwelierversicherer des Jahres 2006" durch die deutsche Uhren- und Schmuckbranche.

Erfolgsprogramm 2005: Neuausrichtung geschafft

"Unser Erfolgsprogramm 2005, bei dem 170 Mitarbeiter und Vertriebspartner über ein Jahr in vielen Projektgruppen ein Stärken und Schwächenprofil der gesamten Mannheimer erarbeitet haben, hat uns bei unserer Neuausrichtung sehr geholfen", sagt Posch: "Ich bin stolz auf unsere Mitarbeiter und Vertriebspartner, die das neben ihrem Tagesgeschäft geleistet haben". Das Ergebnis: Schlankere Prozesse, schnellere Entscheidungen und viele neue Produktideen, die die Mannheimer für die Zukunft hervorragend positionieren. Eine Vielzahl an Projekten ist bereits in der Umsetzung. Die Ergebnisse werden kurz- und mittelfristig deutliche Kosteneinsparungen bringen.

Transparenz-Gebot des Bundesverfassungsgerichts: Mannheimer Vorreiter

Ein Beispiel für Innovation: Die neuen haftungssicheren und transparenten Rückdeckungsprodukte der mamax Lebensversicherung AG liefern eine ideale Grundlage für die Durchführung der betrieblichen Altersversorgung. Jeder Kunde kann die Wertentwicklung seiner Altersversorgung tagesaktuell im Internet einsehen. Arbeitgeber wie Arbeitnehmer. Hiermit ist die mamax das erste Unternehmen, das die vom Bundesverfassungsgericht geforderten Transparenzkriterien für die Kunden erfüllt.

Wichtige Schritte sind geschafft: Solide Kapitalbasis, ausgezeichnete Produkte, qualifizierte und engagierte Mitarbeiter und Vertriebspartner.

Auch das bisherige Geschäftsjahr 2006 ist bei der Mannheimer gut angelaufen: Per Ende Mai konnte das Neugeschäft des Schaden- und Unfallversicherers um 15 Prozent gesteigert werden und auch die Beiträge legten im Vergleich zum Vorjahr um 1,1 Prozent zu. Die Kapitalanlagen entwickeln sich gut, das Schaden-aufkommen ist unauffällig und die Kosten sind im Plan. "Insgesamt gute Voraussetzungen, um auch das Geschäftsjahr 2006 mit einem positiven Ergebnis abschließen zu können", sagt Helmut Posch.

Mannheim, den 13. Juni 2006

Herausgeber:

Mannheimer AG Holding

Augustaanlage 66

68165 Mannheim

Ansprechpartner:

Jürgen Wörner

Unternehmenskommunikation

0621. 457-4857

0172.7 123 123

e-mail: juergen.woerner@mannheimer.de

E-Mail: pir@mannheimer.de