



Vorstellung der Gruppe Vaudoise Versicherungen

Mai 2016

Unsere Werte

Solide

Seit 1895 ist die Vaudoise dank ihrer genossenschaftlichen Wurzeln und langfristigen strategischen Vision einer der grossen Akteure auf dem Schweizer Versicherungsmarkt. Die finanziellen Kennzahlen, wie Solvabilitätsgrad und Eigenmittelausstattung, sind Ausdruck dieser finanziellen Stabilität.

Verantwortungsvoll

Wir engagieren uns mit Verantwortung und Professionalität für unsere Kunden und begleiten sie in allen ihren Lebensphasen.

Unsere Werte

Präsent

Wir sind unseren Kunden nicht nur geografisch, sondern auch menschlich nahe. Unsere Schweizer Wurzeln und die starke lokale und regionale Verankerung sind ein klarer Vorteil, wenn es darum geht, bei unseren Versicherten und Partnern Präsenz zu zeigen.

Engagiert

Als aktiver Partner an der Seite ihrer Kunden unterstützt die Vaudoise zahlreiche wirtschaftliche und gesellschaftliche Akteure, die den dynamischen Motor unserer Region bilden. Der aktive Beitrag zur und die Teilhabe an der Schweizer Gesellschaft sind für die Vaudoise eine Selbstverständlichkeit.

Strategische Achsen 2016 - 2018

1. Genossenschaft / CSR / nachhaltige Entwicklung

Wir halten an unseren genossenschaftlichen Wurzeln und unserer Eigenkapital-Politik fest und beteiligen unsere Versicherten am Überschuss im Nichtleben-Bereich. Damit verbunden ist eine langfristige Ausrichtung zugunsten aller Beteiligten. Anders gesagt konzentrieren wir uns voll und ganz auf eine nachhaltige Entwicklung und unser soziales Engagement (Corporate Social Responsibility, CSR). Wir werden also mit den Programmen in diesem Bereich weiterfahren.

2. Konzentration auf den Schweizer Markt

Für uns ist das Wachstum in den drei Sprachregionen prioritär. Wir wollen in erster Linie mithilfe unserer eigenen Versicherungsberater unser grosses Entwicklungspotenzial in der Deutschschweiz bei den Privaten und KMU ausbauen.

Strategische Achsen 2016 - 2018

3. Qualität der Beratung, der Produkte und der Dienstleistungen

Diese Achse beruht auf einem profilierten Marketing-Mix. Die Kundenberatung muss immer noch in erster Linie von einem Vaudoise-Botschafter verkörpert werden, also einem gut ausgebildeten Berater.

Unsere Produktqualität muss über die vollständige Kontrolle der Wertschöpfungskette der jeweiligen Branche gehen, und einen gewinnbringenden Vertrieb der von Dritten angebotenen Zusatzprodukte.

Diese Achse enthält jetzt auch eine echte Innovationsstrategie, die mit einer grossen Anzahl laufender Projekte umgesetzt wird. Hinzu kommt ein speziell dafür entworfenes Programm. Wir sind ein Dienstleistungsunternehmen mit Vorsorge- und Versicherungslösungen, keine Verkäufer von Versicherungspolicen!

Strategische Achsen 2016 - 2018

4. Omnikanal-Vertrieb

Die Strategie der Vaudoise beruht auf mehreren komplementären Vertriebskanälen – Agenturen, Broker, Partner für Vertrieb und Direktmarketing / Internet – die miteinander interagieren.

Unsere Berater sind unsere besten Botschafter, gefolgt von den Brokern und den anderen Partnern. Die E-Business-Strategie wird ein immer wichtigerer Bestandteil des Systems. Ziel ist es, den Kunden dort zur Verfügung zu stehen, wo sie es möchten, und zwar in jeder Phase unserer Beziehung.

5. Vereinfachung der Arbeitsprozesse und der Organisation

Mit dem AGILIS-Projekt geht die Vaudoise eine wichtige Herausforderung an: Ihre Arbeitsweise effizienter/wirksamer gestalten, um "agiler" zu werden. Dieses Projekt wird intern durchgeführt. Es beruht auf dem Beitrag und dem Einsatz aller Mitarbeitenden.

Strategische Achsen 2016 - 2018

6. Risikooptimierung und Aufsichtsvorgaben

Die Vaudoise arbeitet daran, die notwendigen Strukturen einzusetzen, mit denen die immer höheren Anforderungen der Aufsichtsbehörde (FINMA) und der Finanzmärkte erfüllt werden, und wir gleichzeitig wettbewerbsfähig bleiben können.

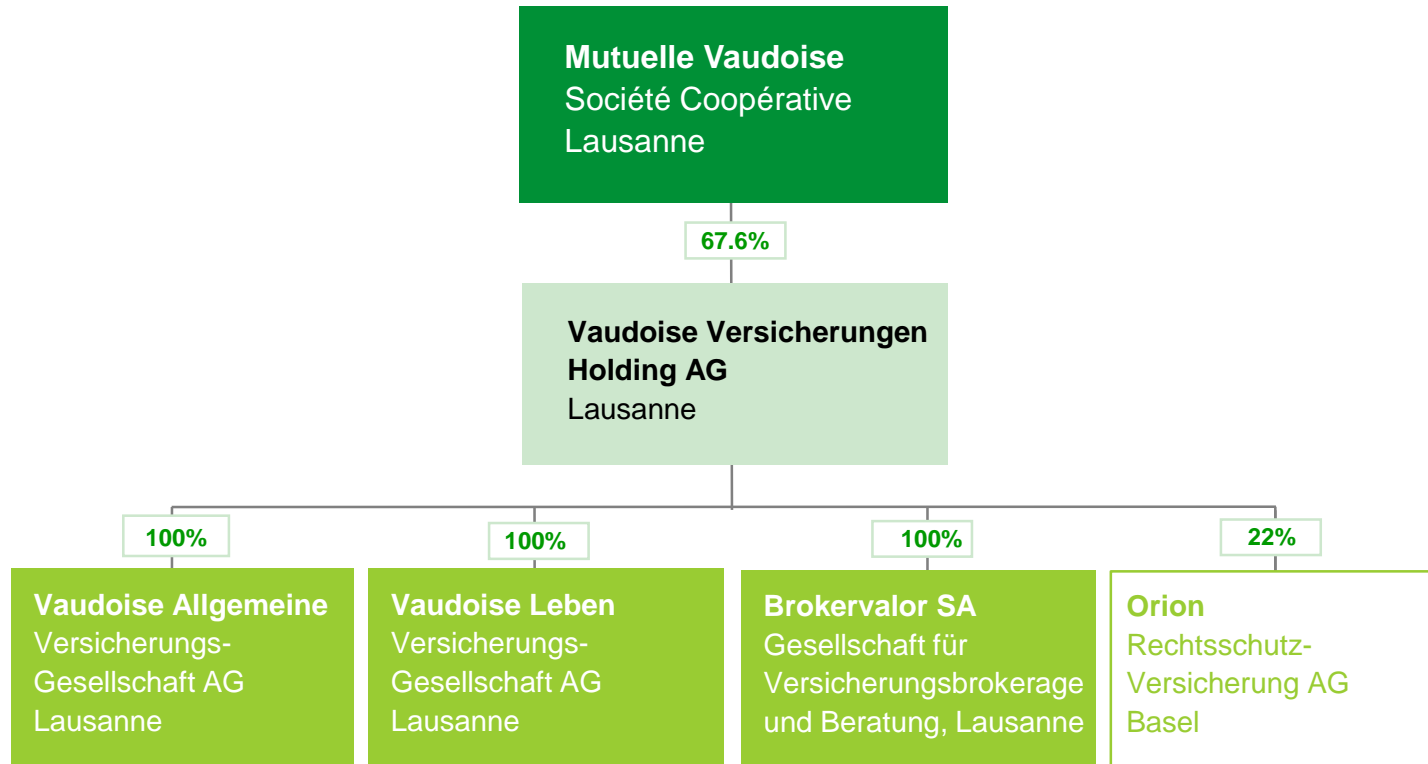
7. Die Vaudoise, ein attraktiver Arbeitgeber

Die Vaudoise bietet ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein motivierendes Arbeitsumfeld, das von Respekt und Gleichberechtigung geprägt ist. Die neuen Tools und das erweiterte Ausbildungsangebot sind Meilensteine, mit denen die Marke Vaudoise als erstklassiger Arbeitgeber gestärkt wird.

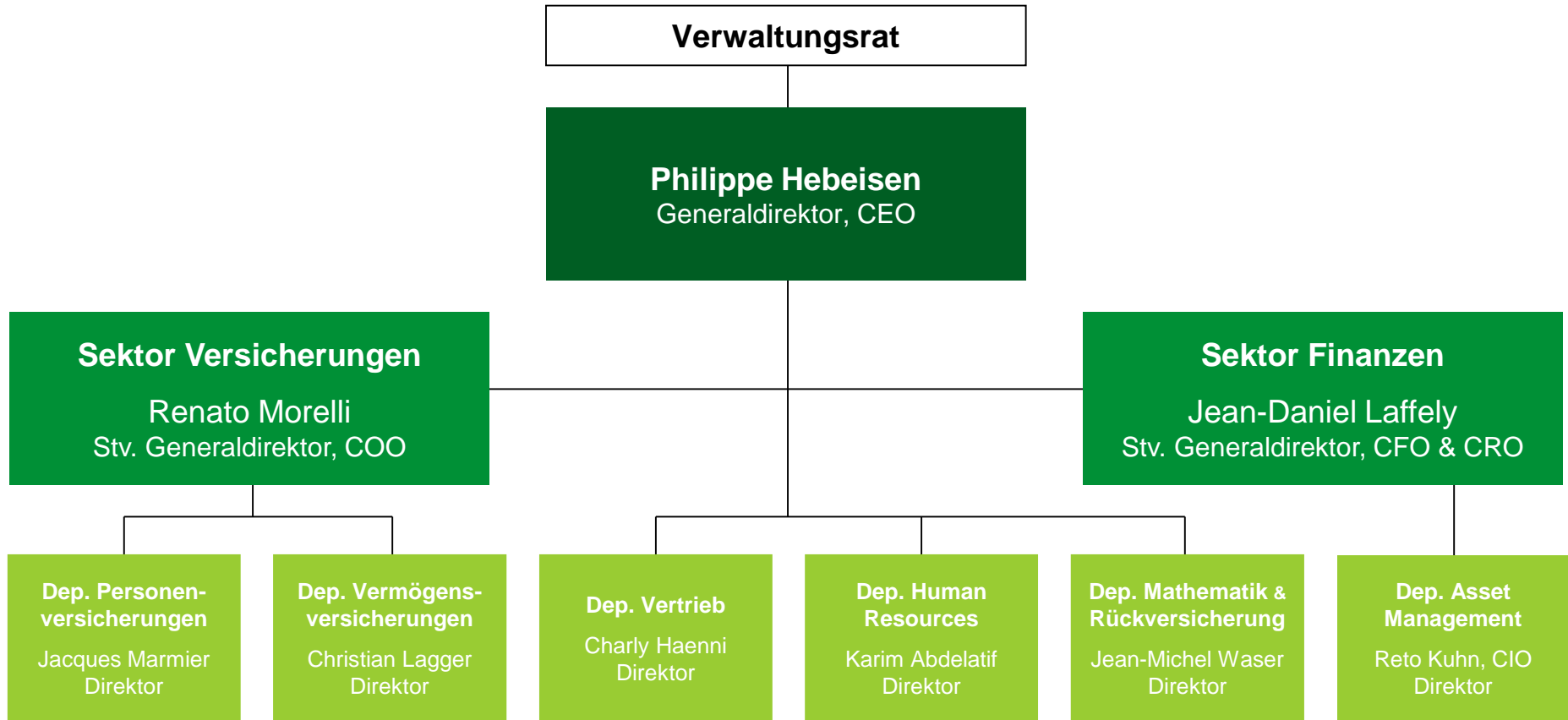
Ziele und strategische Achsen



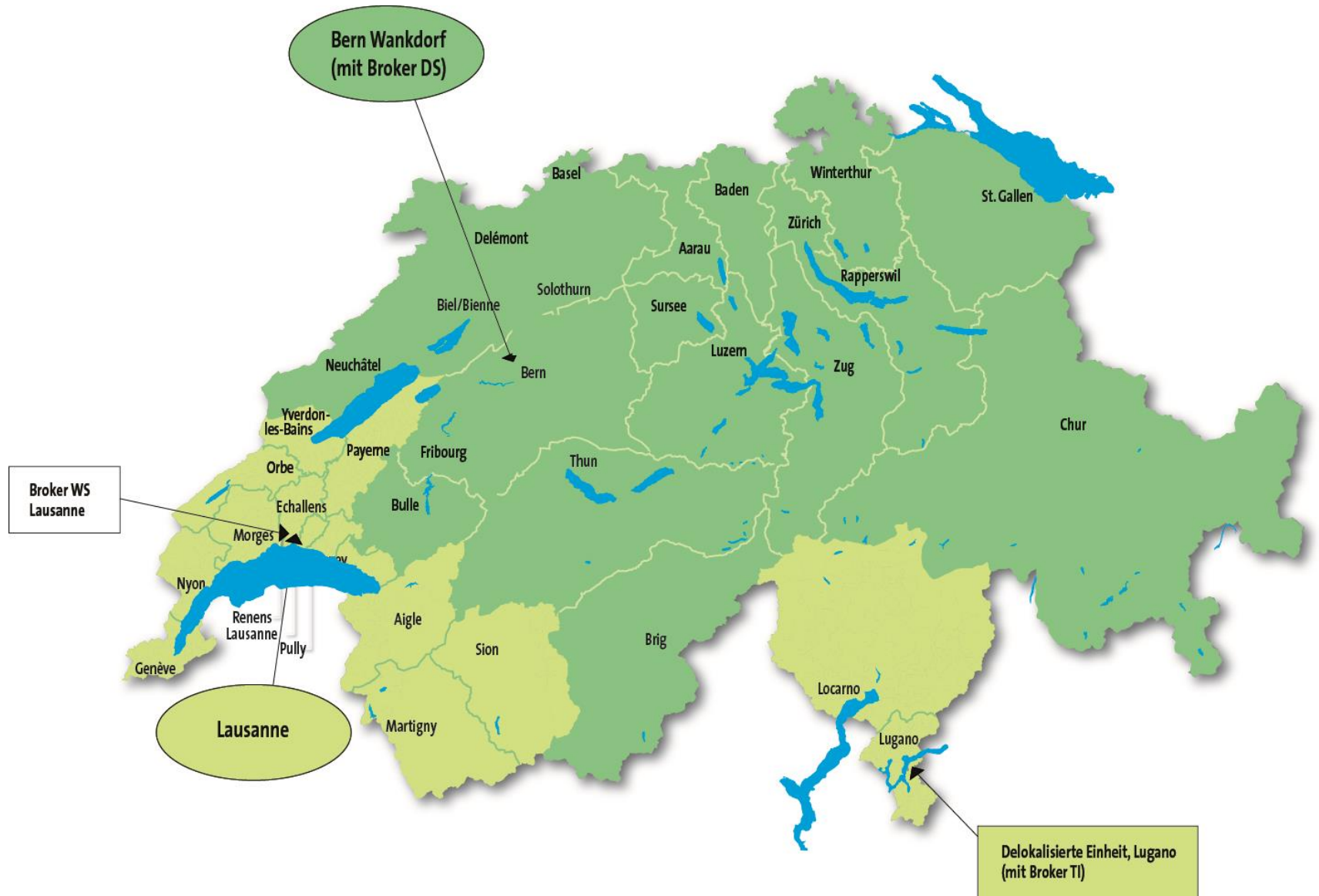
Struktur der Gruppe



Direktionsausschuss



Dezentrale Leistungsabwicklung



Highlights 2015

The background of the slide is a vibrant green color. It features several large, overlapping circular and arc-like shapes in various shades of green, creating a dynamic and modern abstract design. The shapes are layered, with some appearing in front of others, giving a sense of depth and movement.

Highlights

1. Entwicklung der Vaudoise-Gruppe 2009-2015

- ✓ Sehr gutes konsolidiertes Ergebnis
- ✓ Eigenkapital erneut erhöht

2. Fortführung unserer genossenschaftlichen Vision








- ✓ Wachstum im Nichtleben-Geschäft klar über dem Marktdurchschnitt
- ✓ Schadenentwicklung unter Kontrolle
- ✓ Kosten stabil
- ✓ Überschussbeteiligung an Nichtleben-Versicherte

3. Diszipliniertes Vorgehen bei der Reform der Lebensversicherung

- ✓ Zurückhaltung bei der Vermarktung von Verträgen mit Langzeitgarantie
- ✓ Lancierung von Produkten der neuen Generation
- ✓ Verstärkung der Rückstellungen für Zinsrisiken

Kennzahlen per 31. Dezember 2015

Gruppe Vaudoise Versicherungen

		2015	Veränderung zu 2014
Jahresgewinn		CHF 128.8 Mio.	- CHF 24.8 Mio.
Gebuchte Prämien – direktes Geschäft Nichtleben		CHF 822.7 Mio.	+ 5.1%
Combined Ratio		95.6%	+ 6.4 Pt.
Gebuchte Prämien – direktes Geschäft Leben		CHF 261.1 Mio.	- 6.9%
Nettoanlagerrendite		3.5%	+ 0,3 Pt.
Konsolidiertes Eigenkapital		CHF 1'539.1 Mio.	+ 5.1%
SST		233%	NA

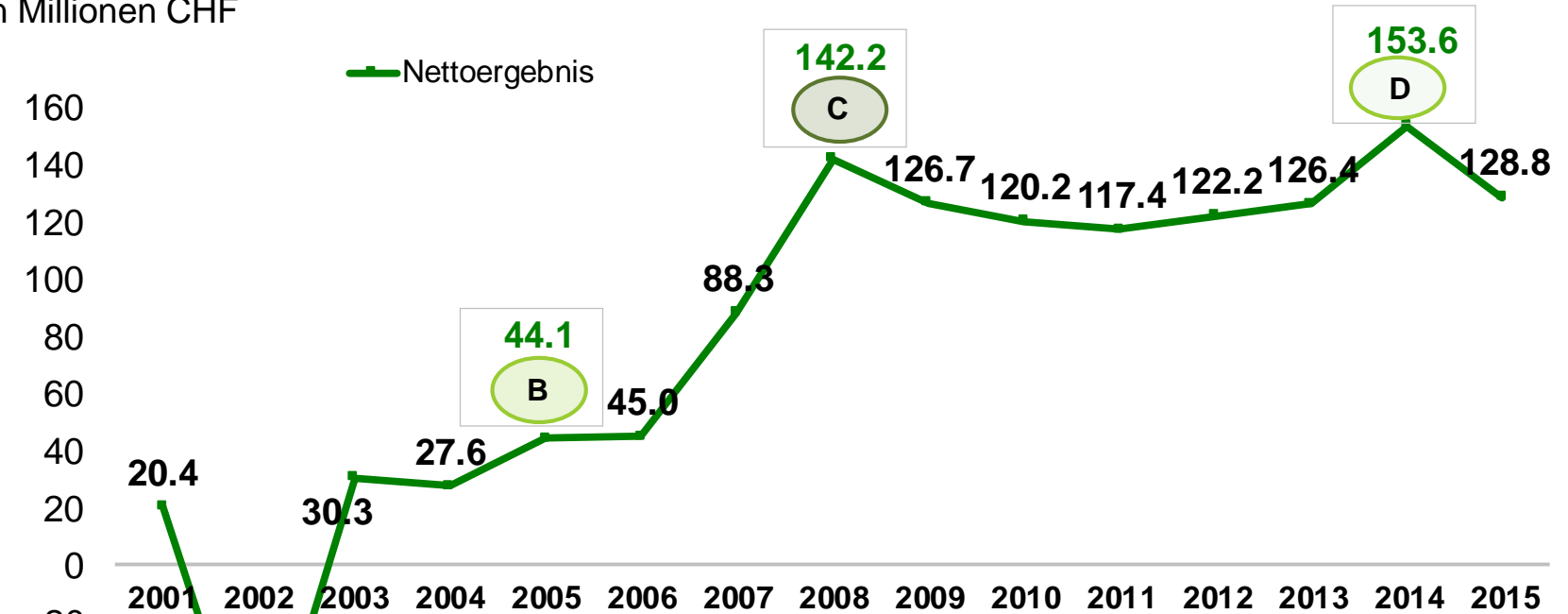
Ergebnisse 2015

The background of the slide is a vibrant green color. It features several large, overlapping circular and arc-like shapes in different shades of green, creating a dynamic and modern abstract design. The shapes are positioned in the lower two-thirds of the slide, leaving the top third as a white space for the title.

Konsolidiertes Nettoergebnis - Entwicklung 2001 bis 2015

Zweitbestes Nettoergebnis 2015, ohne Verkauf Intras und Valorlife

in Millionen CHF

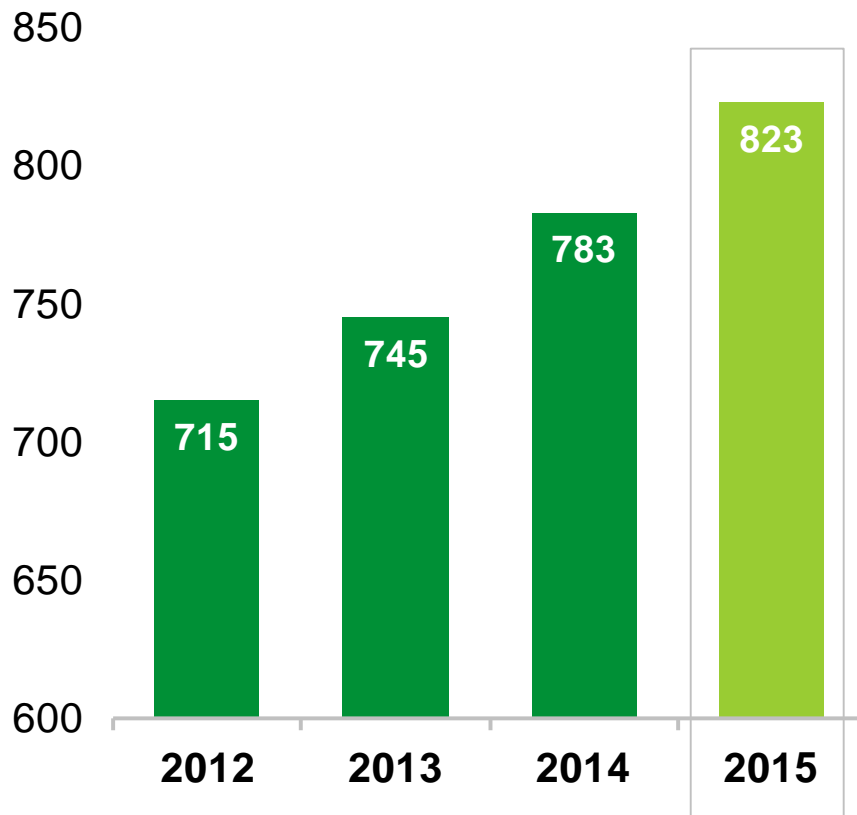


- A** ⇒ Einbruch der Aktienmärkte
- B** ⇒ Tausch der Portefeuille
BVG/Vermögensversicherungen Swisslife –
La Suisse
- C** ⇒ Verkauf von Intras
- D** ⇒ Verkauf von Valorlife

Gebuchte Prämien – direktes Geschäft Nichtleben

Vaudoise Allgemeine

in Millionen CHF



Wachstum von 5.1% im Nichtlebensgeschäft

- Wachstum im Nichtlebensgeschäft von 5.1% (wie im Jahr 2014) in einem um 0.5 % wachsenden Markt
- Wachstum in allen Branchen



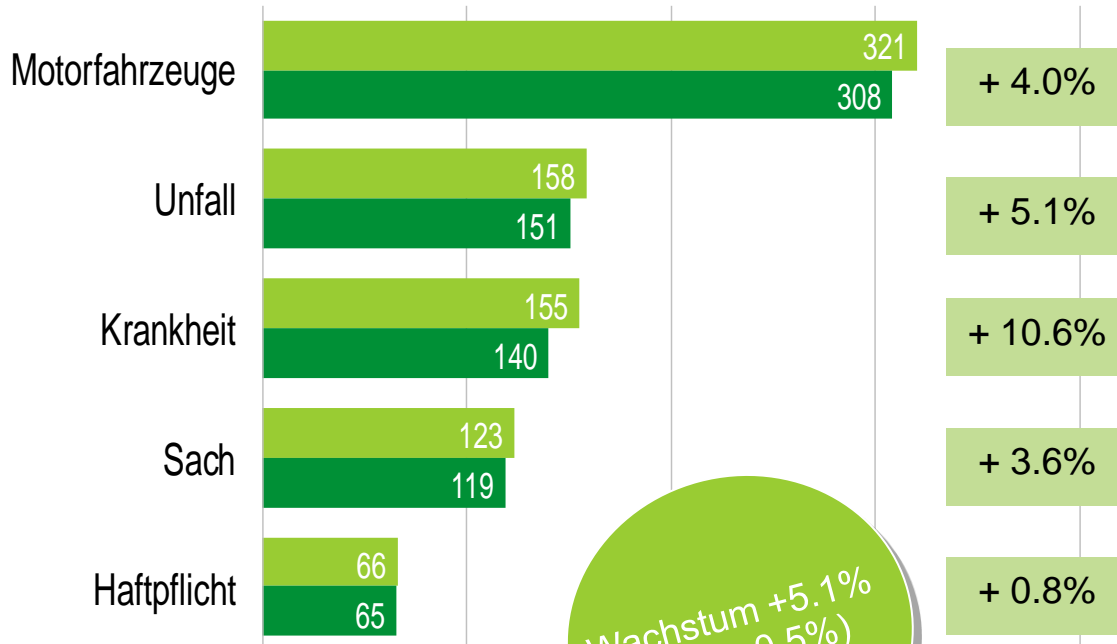
Gebuchte Prämien nach Branchen – direktes Geschäft Nichtleben

Vaudoise Allgemeine

Starkes Wachstum in der Personenversicherung

in Millionen CHF

■ 2015 ■ 2014



Wachstum nach Region

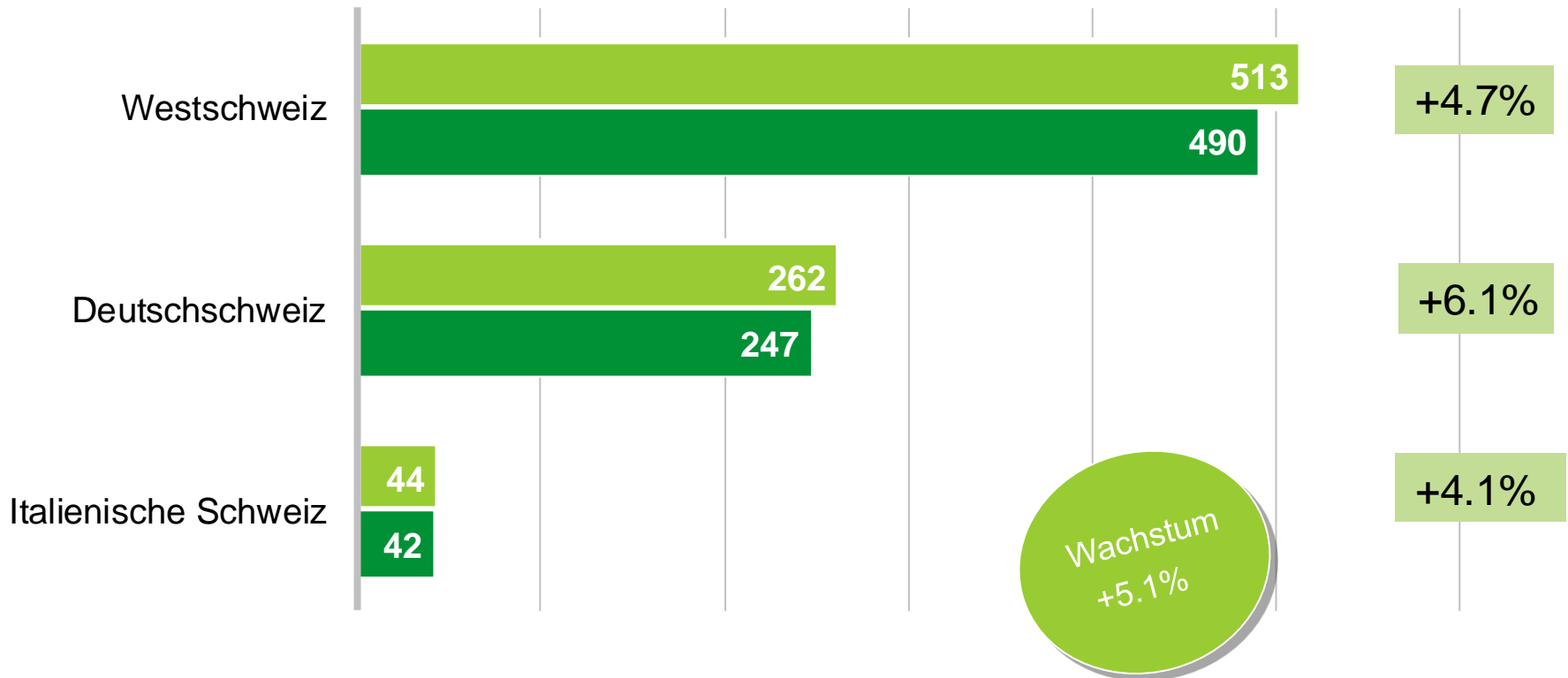
- Westschweiz + 4.7%
- Deutschschweiz + 6.1%
- Tessin + 4.1%

Gebuchte Nettoprämien nach Sprachregion

Vaudoise Allgemeine

in Millionen CHF

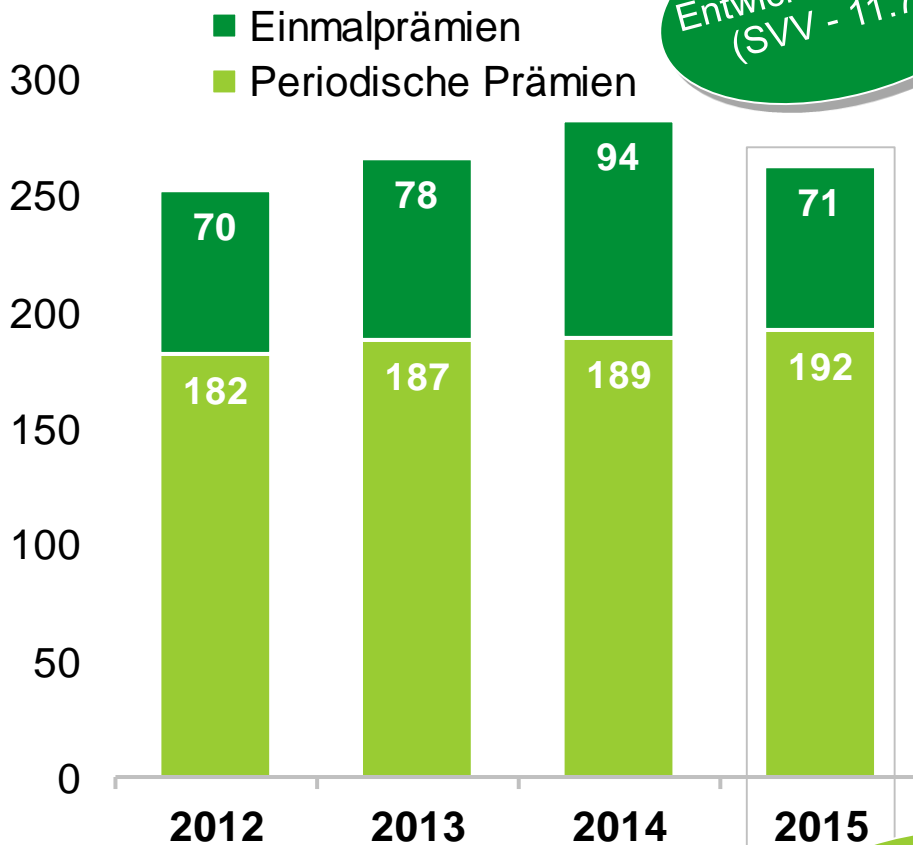
■ 2015 ■ 2014



Gebuchte Prämien – direktes Geschäft Leben

Vaudoise Leben

in Millionen CHF



Entwicklung - 24.2%
(SVV - 11.7%)

Kontrollierte Entwicklung

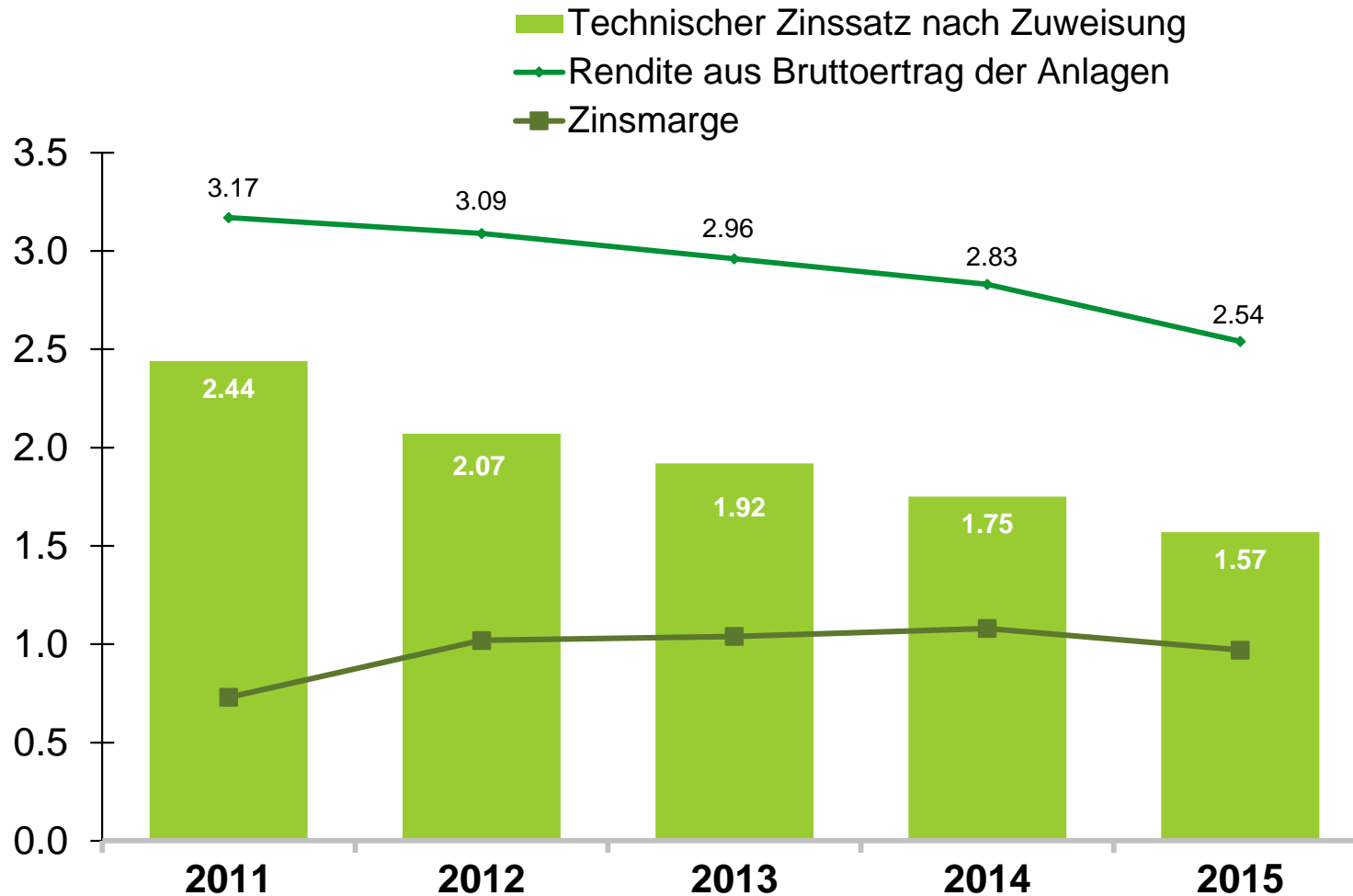
- Zunahme bei den periodischen Prämien dank der Modularität unserer Produkte
- Grosser Erfolg der Kapitalschutzprodukte mit Einmaleinlagen (TrendValor)
- Weiterhin zurückhaltendes Angebot von traditionellen Versicherungen mit Einmalprämie und Nachlassen der Prämien des Produkts Serenity Plan

Entwicklung + 1.7%
(SVV + 1.0%)

Mittlerer technischer Zinssatz

Einzellebenversicherungen

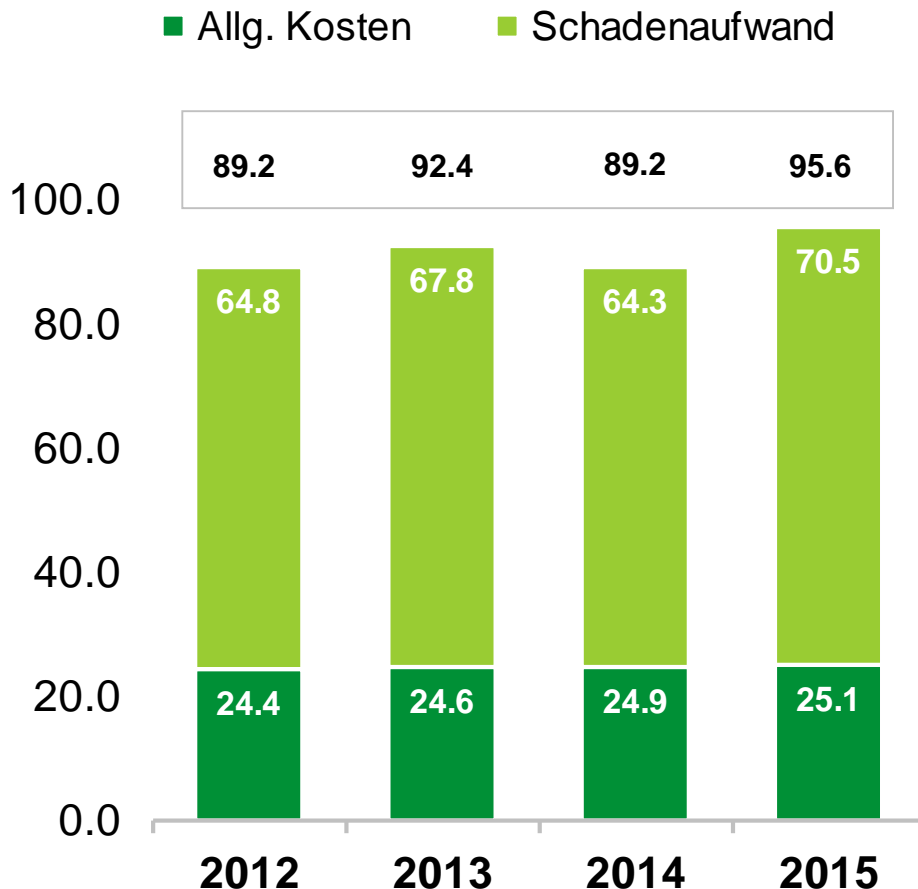
in %



Combined Ratio Nichtleben

Konsolidierte Rechnung

in %



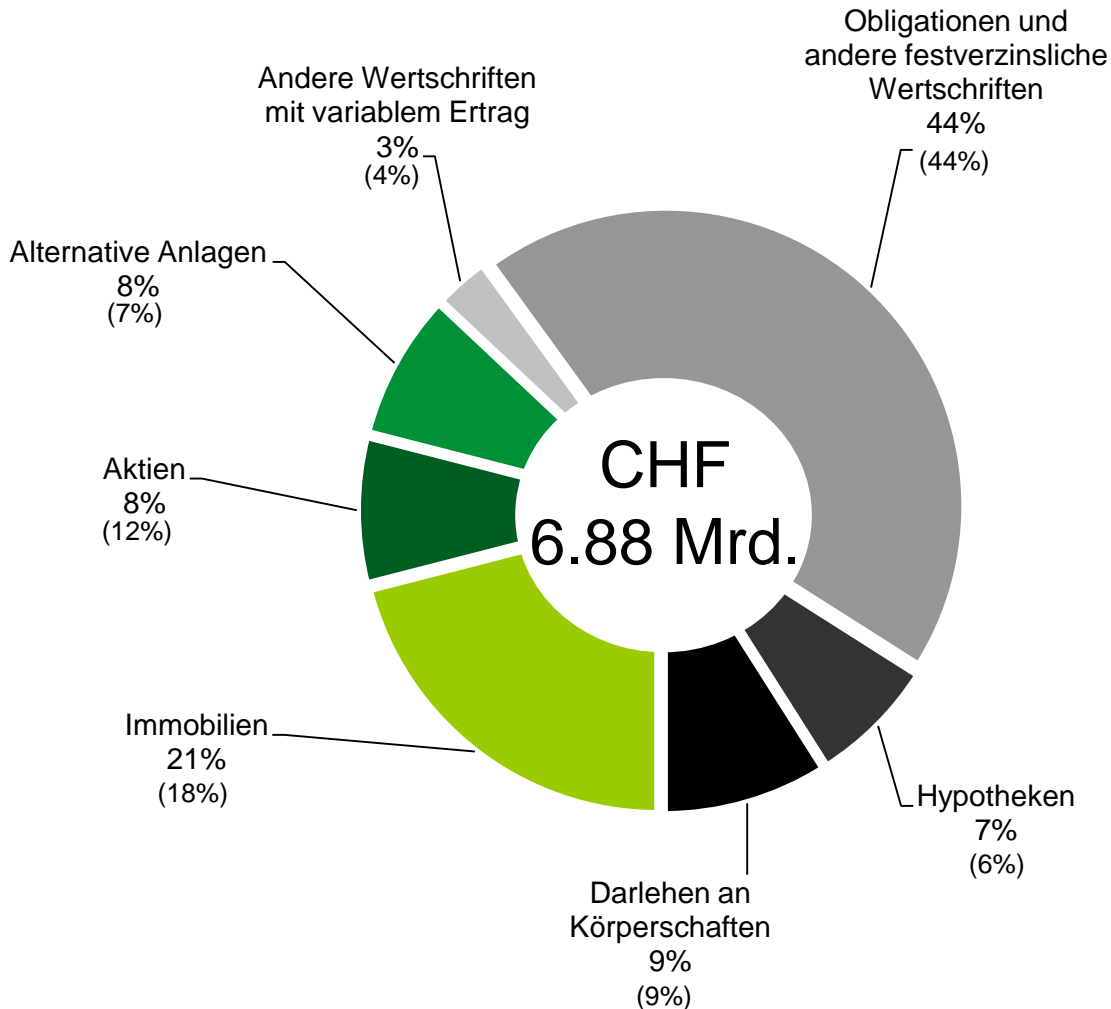
Erhöhte Combined Ratio

- Vorteilhafte Abwicklungsgewinne (gleich hoch wie 2014)
- Schadenquote: Wieder im Normalbereich 1. Jahr Motorfahrzeug- und Haftpflicht, bleibt sehr günstig bei den Sachversicherungen und ist hoch in der KTG- und Unfallbranche
- Kostenanteil trotz erheblicher Investitionen leicht angestiegen

Ohne Zuweisung an Sicherheits- und Schwankungsrückstellungen

Anlagestruktur

Gruppe Vaudoise Versicherungen – nach Swiss Gaap FER



Qualität und Sicherheit

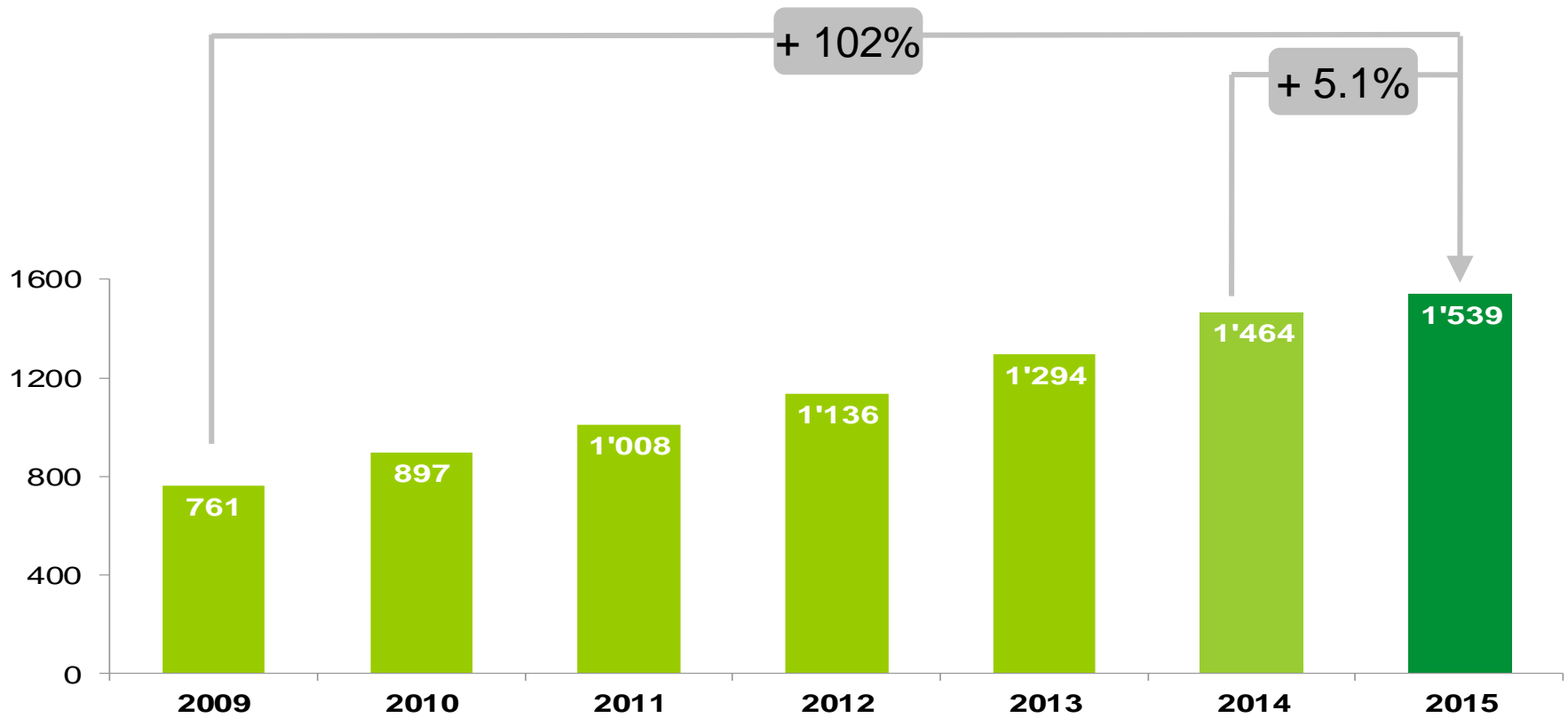
- Optimierte, auf unsere Risikofähigkeit abgestimmte Strategie
- Weiterhin hohe Absicherung unserer Devisen- und Aktienpositionen

Ohne flüssige Mittel und Anlagen auf Rechnung des Unterzeichners

Konsolidiertes Eigenkapital

Gruppe Vaudoise Versicherungen

in Millionen CHF



Payout Ratio

Vaudoise Versicherungen Holding

in %

	2012	2013	2014	2015
Payout Ratio VVH	18.44	35.51	25.89	37.61
Payout Ratio Aktionäre (1/3 des Gewinns)	24.54	26.11	26.56	27.96
Payout Ratio Gruppe (mit Beteiligung der Kunden am Nichtleben-Gewinn)	30.28	32.45	32.46	30.29 *

* Einschl. Zuweisung an den Überschussfonds für die Rückerstattung von CHF 25 Mio.

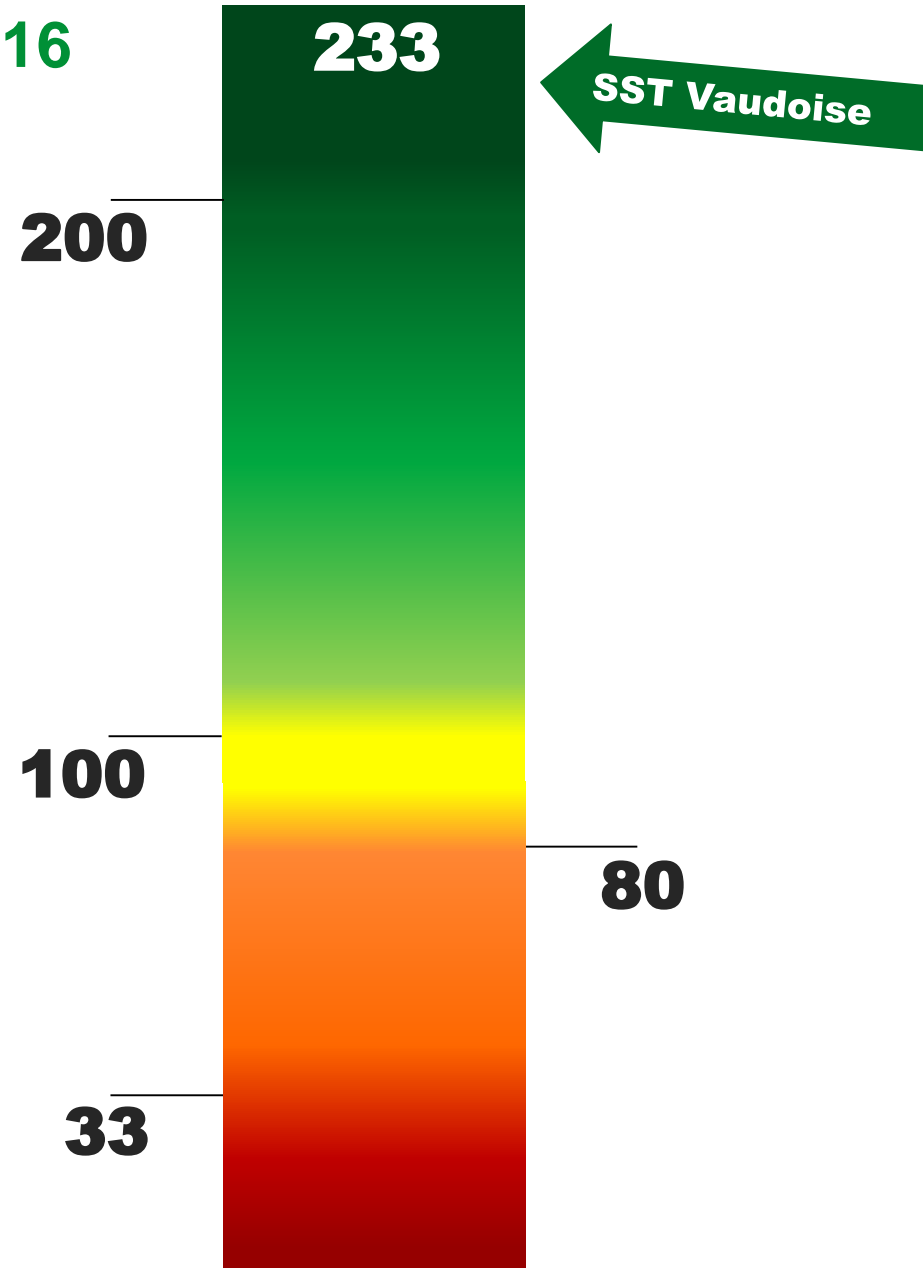
SST-Quote per 1. Januar 2016

Gruppe Vaudoise Versicherungen

in %

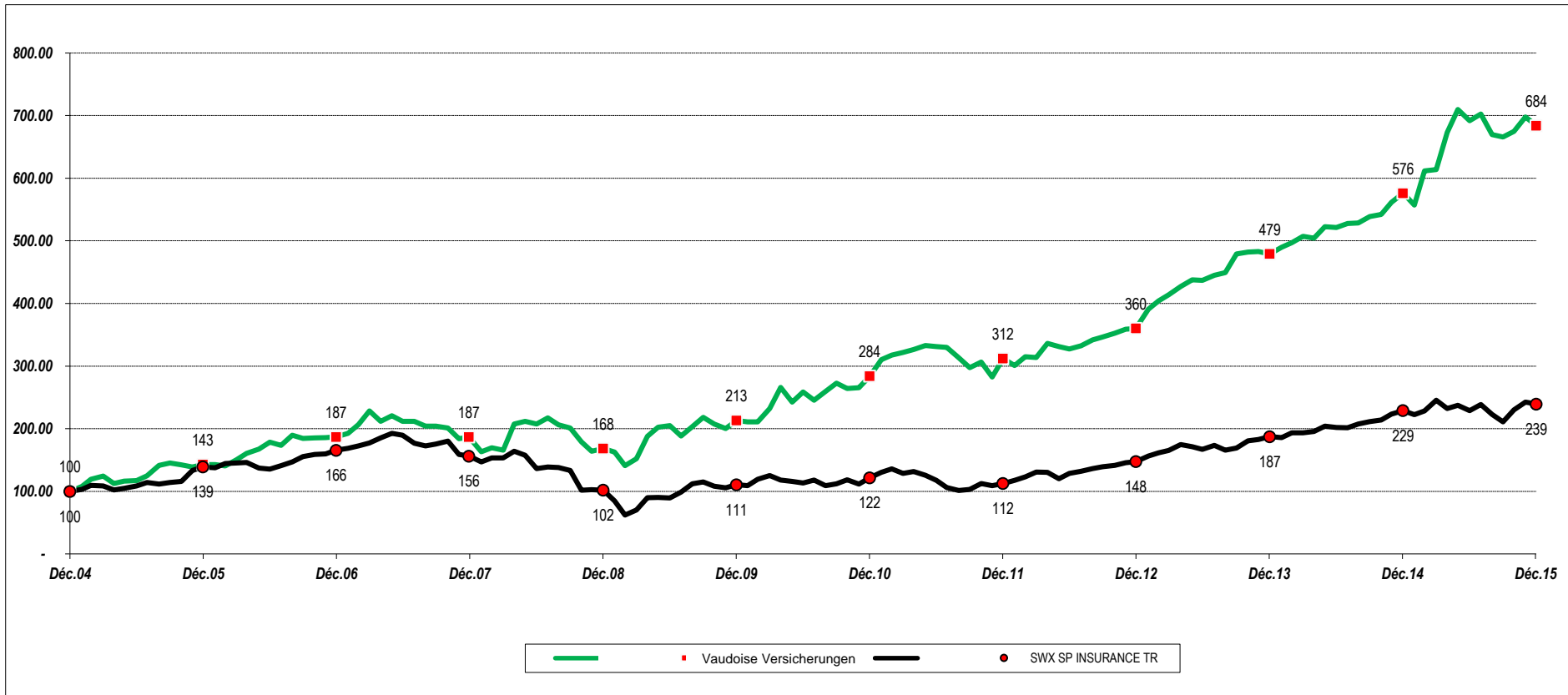
Eine komfortable SST-Quote

- Der Solvabilitätsgrad 1 wird nicht mehr gefordert
- Meldung des konsolidierten, nicht der FINMA-unterstellten SST-Quote, der hauptsächlich auf den der FINMA eingereichten individuellen Modellen der Vaudoise Allgemeine und der Vaudoise Leben basiert
- Keine Anleihe ausserhalb der Gruppe



Entwicklung des Titels an der Börse

Entwicklung der re-investierten Dividende (Basis 100)
 Gruppe Vaudoise Versicherungen



Im Einklang mit den strategischen Zielen

	<u>2016 - 2018</u>
<input type="checkbox"/> Wachstum <ul style="list-style-type: none"> – Vaudoise Allgemeine – Expansion in der Deutschschweiz – Vaudoise Leben 	Dauerhaft höheres Wachstum als der Markt Wachstum von 2% bis 6% jährlich, je nach Region und Vertriebskanal Wachstum bei den Produkten der neuen Generation
<input type="checkbox"/> Rentabilität <ul style="list-style-type: none"> – Combined Ratio – Operative Effizienz 	Unter den Besten auf dem Schweizer Markt Digitalisierung der Prozesse und Kostenquote Vaudoise Allgemeine < 25%
<input type="checkbox"/> Eigenkapitalrendite	Zwischen 8% und 12%
<input type="checkbox"/> Genossenschaft	Weiterverfolgung der Gewinnverteilungspolitik Vaudoise Allgemeine

Strategisches Sponsoring

Radsport

- ▶ Presenting Sponsor der Tour de Romandie
- ▶ Presenting Sponsor der Tour de Suisse
- ▶ Main Partner von Swiss Cycling



Strategisches Sponsoring

Leichtathletik

- ▶ Athletissima Lausanne
- ▶ Weltklasse Zürich



Strategisches Sponsoring

Golf

- ▶ Omega European Masters
- ▶ Vaudoise Challenge Tour



Strategisches Sponsoring

Kultur

- ▶ Montreux Jazz Festival
- ▶ Lausanner Oper
- ▶ Lucerne Blues Festival
- ▶ Theater Equilibre und Nuithonie



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit