

# MÜNCHENER RÜCKVERSICHERUNGS- GESELLSCHAFT HAUPTVERSAMMLUNG 2010

Bericht des Vorstandsvorsitzenden  
Nikolaus von Bomhard, 28. April 2010



10

# Wichtige Kennzahlen

<b>Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft</b>	<b>2009</b>	<b>2008</b>	<b>2007</b>
Mio. €			
Bruttobeiträge	18.322	16.495	17.562
Kapitalanlagen	70.204	70.763	72.080
Versicherungstechnische Rückstellungen netto	51.791	53.252	55.289
Eigenkapital	10.760	9.782	9.306
Jahresüberschuss	2.458	2.987	1.443
Dividende	1.088	1.073	1.124
Dividende je Aktie in €	5,75	5,50	5,50
Aktienwert zum 31. Dezember in €¹	108,67	111,00	132,94
Börsenwert zum 31. Dezember	21.452	22.910	28.966

¹ Quelle: Datastream



Vorsprung – 3:0 für Munich Re. Im diesjährigen Konzerngeschäftsbericht erfahren Sie, was unser Geschäft mit Fußball zu tun hat, in welcher Aufstellung wir in unseren Märkten auf Torejagd gehen und was unsere Volltreffer des vergangenen Jahres waren. Außerdem finden Sie dort alle wichtigen Daten und Fakten des abgelaufenen Geschäftsjahrs und zu unserer Aktie. Mehr unter [www.munichre.com/report/2009/de](http://www.munichre.com/report/2009/de)

Sehr geehrte Damen und Herren,

am 9. Juli 2006 standen sich in Berlin die Mannschaften von Italien und Frankreich im Endspiel der Fußball-Weltmeisterschaft gegenüber. Nach 120 Minuten stand es 1:1 und erst im Elfmeterschießen hat sich die Squadra Azzurra den Titel gesichert.

*(Folie 2: Vorsprung)*

In 44 Tagen, am 11. Juni, findet im Soccer City Stadion von Johannesburg das Eröffnungsspiel der Fußball-WM 2010 statt; der Gastgeber Südafrika empfängt Mexico.

Was hat all das mit uns zu tun, werden Sie sich vielleicht fragen. Es sind mindestens zwei Dinge:

Zum einen stand seinerzeit für zahlreiche Kolleginnen und Kollegen im Konzern „ihre Mannschaft“ im Finale, demnächst werden andere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter entweder Gastgeber oder Herausforderer sein. Denn wir unterhalten in den vier genannten Ländern Tochtergesellschaften oder Niederlassungen – so wie in zahlreichen weiteren Teilnehmerländern auch.

Zweitens waren und sind wir an beiden Meisterschaften nicht nur mit Begeisterung für den Fußball emotional beteiligt, sondern als Gruppe auch ganz nüchtern, eben geschäftlich. Denn damit ein solches Großereignis nicht zu einem finanziellen Desaster wird, schließen die Veranstalter regelmäßig Versicherungen gegen das Ausfallrisiko ab. Munich Re war 2006 an dieser Deckung beteiligt. Und mit einer Haftung von bis zu 350 Mio. € für den Komplettausfall der Weltmeisterschaft sind wir auch in Südafrika einer der größten – wenn nicht sogar der größte – Risikoträger.

Damit „Guten Morgen!“ hier im ICM und auch an jene, die unsere Hauptversammlung im Internet verfolgen. Im Namen des Vorstands der Münchener Rück AG begrüße ich Sie ganz herzlich zur 123. Hauptversammlung Ihres Unternehmens, Ihrer Munich Re.

Sie haben es bemerkt: Aus Münchener Rück wurde Munich Re. Dies gilt für die Rückversicherung ebenso wie für die Gruppe. Die Aktie wird weiterhin unter dem bekannten Kürzel notiert. Ansonsten treten wir seit einem guten halben Jahr unter der neuen Marke Munich Re auf, unter der uns die meisten Kunden und Investoren bereits kennen – doch dazu später mehr.

In diesem Jahr haben unsere Aktionäre erstmals die Möglichkeit, ihr Stimmrecht per Briefwahl und auch online auszuüben, ohne an der Versammlung teilzunehmen. Ich freue mich dennoch sehr, dass Sie hier im Saal persönlich gekommen sind.

Unsere Tagesordnung sieht in diesem Jahr elf Abstimmungspunkte vor: Zunächst werden Sie die üblichen Beschlüsse zur Gewinnverwendung und zur Entlastung von Vorstand und Aufsichtsrat fassen. Danach erbitten wir Ihre Zustimmung zu dem seit 1. Januar 2010 bestehenden System zur Vergütung der Vorstandsmitglieder und zur Wahl von Frau Dr. Benita Ferrero-Waldner in den Aufsichtsrat. Anschließend werden Sie über Kapitalmaßnahmen und Satzungsänderungen abstimmen. Die Vorschläge der Verwaltung zu den einzelnen Abstimmungspunkten werde ich Ihnen am Ende meines Referats erläutern.

Zunächst gebe ich Ihnen einen Überblick über das abgelaufene Geschäftsjahr. Dabei lege ich das Ergebnis für die Gruppe dar und erläutere die Einflüsse, denen wir im vergangenen Jahr ausgesetzt waren. Ich gehe auch darauf ein, warum wir das Jahr 2009 so erfolgreich abschließen konnten. Im Anschluss stelle ich Ihnen wichtige Entwicklungen und Fortschritte bei unseren strategischen Initiativen in den drei Geschäftsfeldern vor. Abschließend gebe ich Ihnen einen Einblick in das, was wir uns für das laufende Jahr und darüber hinaus vorgenommen haben.

*(Folie 3: 2009 – Erwartungen des Marktes übertroffen)*

### **Munich Re schließt als Gruppe 2009 erfolgreich ab**

Ich freue mich, dass ich Ihnen auch für 2009 wieder ein gutes Ergebnis vorstellen darf. Große Unsicherheiten infolge der Krise und schwierige Rahmenbedingungen prägten das abgelaufene Geschäftsjahr. Trotzdem hatten wir unser anspruchsvolles Ziel eines langfristigen Ertrags auf das risikoadjustierte Eigenkapital – den sogenannten RoRaC – von 15 % aufrechterhalten. Mit 15,1 % haben wir den Zielwert gut erreicht. Übersetzt in Euro bedeutet dies einen Gewinn von 2,56 Mrd. €, das ist ein Zuwachs von mehr als 60 % gegenüber dem Vorjahr. Auf dieses Ergebnis sind wir alle im Konzern stolz, denn wir haben damit die Erwartungen des Markts übertroffen.

Dabei konnten wir unsere starke Kapitalbasis gegenüber dem Beginn des Berichtsjahres weiter verbessern: Unser bilanzielles Eigenkapital stieg auf 22,3 Mrd. € an. Wir erreichten dies trotz des Aktienrückkaufs, den wir fortgesetzt haben, und trotz der attraktiven Dividende für das Geschäftsjahr 2008. Und dabei haben wir unsere Unternehmensakquisitionen vollständig aus Eigenmitteln finanziert. Unsere ökonomischen Eigenmittel einschließlich der emittierten Nachranganleihen betrugen zum 31.12.2009 28,4 Mrd. €. Dem steht nach unserem internen Modell ein Risikokapitalbedarf von 17,4 Mrd. € gegenüber, sodass wir

über einen Sicherheitspuffer von 11,0 Mrd. € verfügen. Damit sind wir – auch mit Blick auf unser Rating und die regulatorischen Anforderungen – sehr solide ausgestattet.

Meine Damen und Herren, wir sind als Unternehmen erfolgreich gewesen und wollen Sie daran teilhaben lassen. Ich freue mich, dass wir Ihnen für das Geschäftsjahr 2009 eine von 5,50 € auf 5,75 € erhöhte Dividende vorschlagen können.

Unsere Strategie hat sich erneut bewährt. Wir verfügen über ein tragfähiges Fundament, auf das wir unsere Initiativen aufsetzen: das breit angelegte Geschäftsmodell mit seinen Diversifikationseffekten, die konsequent ökonomische und risikobasierte Steuerung des Geschäfts und unsere konservative Grundeinstellung. Mit unserer Kompetenz beim Management von Risiken, unserer Innovationskraft und unserer Nähe zum Kunden verschaffen wir uns eine Wettbewerbsposition, die Munich Re als Gruppe auch in Zukunft erfolgreich macht.

Ich danke Ihnen, verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, für Ihr Vertrauen. Und ich danke – auch im Namen meiner Vorstandskollegen – allen Mitarbeitern der Gruppe für ihren Einsatz im vergangenen Jahr. Sie haben in turbulenten Zeiten überlegt und engagiert dazu beigetragen, dass wir profitabel wachsen konnten. Munich Re hat geliefert und Wert geschaffen.

*(Folie 4: Munich Re besteht in schwierigem Marktumfeld)*

### **Munich Re ist gut auf schwieriges Marktumfeld vorbereitet**

Die vergangenen beiden Jahre haben uns einiges abverlangt. Erinnern wir uns: Der Bankenkrise folgte die schwerste Rezession seit Jahrzehnten. Weltweit brachen die Volkswirtschaften ein. Die Kapitalmärkte markierten im 1. Quartal 2009 ihre Tiefststände. Politik und Notenbanken haben mit massiven Stützungsaktionen wie Konjunkturprogrammen und Zinssenkungen reagiert. So wurden der drohende Kollaps der Finanzmärkte und ein noch stärkerer Konjunktureenbruch verhindert.

Inzwischen ist in den führenden Wirtschaftsnationen die Konjunktur wieder angesprungen und das Schlimmste scheint überstanden. Wir werden allerdings die Wachstumseinbußen des Jahres 2009 in diesem Jahr nicht wettmachen können. Auch werden wir nicht so bald wieder an die Wachstumsdynamik früherer Jahre anschließen können. Für manche scheint die Krise dennoch schon beendet. Denn es verwundert schon ein wenig, wie schnell sich die Kapitalmärkte erholt haben.

Ob die Erholung auch nachhaltig ist, bleibt vorerst offen: Zunehmende Unternehmensinsolvenzen können zu Kreditausfällen bei den Banken und in der Folge zu einer Kreditklemme führen. Im Bereich der Immobilien haben wir vermutlich noch nicht alle

schlechten Nachrichten gehört. Steigende Arbeitslosigkeit als Folge von Insolvenzen könnte die Binnennachfrage belasten. All dies kann den Aufschwung gefährden. Gleiches droht, wenn sich die Regierungen und Notenbanken vorzeitig von den Stützungsmaßnahmen zurückziehen. Verpassen die Staaten hingegen den richtigen Ausstiegszeitpunkt, können wiederum neue Blasen entstehen und die Inflation steigen.

Diese gesamtwirtschaftlichen Entwicklungen bestimmen direkt und indirekt die Zinsentwicklung. Sie sind deshalb für uns von großer Bedeutung, im operativen Geschäft ebenso wie in der Kapitalanlage. Darauf haben wir uns selbstverständlich vorbereitet: Eine lang andauernde Niedrigzinsphase etwa hat Auswirkungen auf die Wiederanlage – ein Risiko insbesondere in der Lebensersterversicherung. Hier haben wir uns durch geeignete Finanzinstrumente ein gutes Stück weit abgesichert. Unser erklärtes Ziel ist es zudem, Wert im versicherungstechnischen Teil der Bilanz zu schaffen, also auf der Passivseite. Zusätzliche Risiken am Kapitalmarkt gehen wir deshalb nur begrenzt und kontrolliert ein. Dies macht uns gegen Schwankungen der Kapitalmärkte zwar nicht immun, aber widerstandsfähig und stabilisiert das Ergebnis. Das haben wir in der Krise bewiesen und so werden wir es auch in Zukunft halten.

*(Folie 5: Möglichkeiten infolge der Krise genutzt)*

Wo sich Opportunitäten aus der Krise ergaben, haben wir sie genutzt. Wir haben in den USA die Hartford Steam Boiler Group erworben. Dieser führende Spezialversicherer passt hervorragend zu unserem Kompetenzprofil in der Rückversicherung und fügt sich nahtlos in unsere Strategie ein. Für unsere Rückversicherungskunden in Leben und Gesundheit haben wir gezielt Lösungen entwickelt. Dabei handelt es sich um Rückversicherung für große Portfolien als Kapitalersatz, ein Bedarf, der ausgelöst worden war durch eine krisenbedingt geschwächte Kapitalbasis unserer Kunden. Staatliche Interventionen, die Rückkehr der allgemeinen Risikobereitschaft und in der Folge die rasche Erholung der Kapitalmärkte ließen die Nachfrage dann aber insgesamt geringer ausfallen als von uns erwartet. Die Kunden haben unsere flexiblen und sehr individuellen Vorschläge zur Lösung dringender Probleme jedenfalls sehr geschätzt. Von daher versprechen wir uns auch künftig gute Geschäftsmöglichkeiten in diesem Bereich.

### **Erfolgsfaktoren: Konsequenz schafft Freiräume**

Wenn Sie mich nach meinem persönlichen Fazit im Umgang mit der Krise fragen, so lautet die Kurzfassung: Entscheidend ist Transparenz über alle Geschäfte und Exponierungen. Ebenso wichtig ist ein gut entwickeltes, integriertes Risikomanagement, das im Konzern etwas zu sagen hat, und eine vernünftige Einstellung zu Chancen und Risiken. Munich Re geht gestärkt aus der Krise hervor. Wir haben Ihnen – unseren Aktionären – auch während

der Krise eine attraktive Rendite geliefert. Das ist ein Erfolg – gerade angesichts der Rahmenbedingungen. Dieser Erfolg zeigt sich auch in absoluten Zahlen und vor allem im direkten Vergleich mit unseren wesentlichen Wettbewerbern. Wir können uns mit allen gängigen Bilanzkennziffern sehen lassen und schneiden auch bei einem Vergleich der Aktienkursentwicklung gut ab.

*(Folie 6: Vergleich mit wesentlichen Wettbewerbern)*

Nun mag der eine oder andere von Ihnen vielleicht sagen „die Aktie der Munich Re stand auch schon bei 300 € und höher“. Dem halte ich entgegen: Das war die Zeit der New Economy. Unsere Aktie wurde in der Spitze mit einem Kurs-Gewinn-Verhältnis von fast 140 bewertet, für den DAX lag es bei ca. 40. Für viele Titel des Neuen Markts lag diese Kennziffer sogar weit über 200. Und es schien nur eine Richtung zu geben: weiter steil nach oben. Heute wissen wir, dass all dies nicht gerechtfertigt war. Es war eine spekulative Blase, eine Übertreibung des Markts.

Seit dem Platzen dieser Blase entwickelte sich unser Aktienkurs sehr stabil im Vergleich zu den meisten unserer Wettbewerber sowie dem DAX. Im Krisenjahr 2008, als viele Industrie- und Versicherungsunternehmen und insbesondere die Banken enorme Kursverluste zu verzeichnen hatten, konnten wir unsere relative Stärke demonstrieren. Während die Unternehmensgewinne auf breiter Front eingebrochen sind, haben wir weiter solide Erträge geliefert. Dies hat der Markt honoriert.

Unsere Konsequenz hat sich bezahlt gemacht: Wir haben uns auch in der Krise Freiräume bewahrt und konnten unsere strategischen Initiativen vorantreiben. Gleichzeitig haben wir die Positionierung unserer Geschäftsfelder weiter geschärft.

In der Gruppe verfügen wir über eine Vielzahl von Versicherungsunternehmen und Servicegesellschaften, die in unterschiedlichen Geschäftssegmenten und Märkten präsent sind. Zusammen bilden all diese Aktivitäten ein Portfolio, das wir aktiv und ganzheitlich im Konzern steuern.

Neben unseren angestammten Geschäftsgebieten bauen wir sehr unterschiedliche Investitionsfelder beharrlich aus. Dazu zähle ich die Auslandsaktivitäten von ERGO ebenso wie Munich Re Risk Solutions. Unter dieser Marke agieren unsere Spezialversicherer im Geschäftsfeld Rückversicherung, mit denen wir uns über unsere Risikokompetenz in Marktnischen neue Kundengruppen erschließen.

Die Liste dieser Initiativen ist lang, zu lang für eine Hauptversammlung. Denken Sie nur an die vielen neuen Lösungsansätze in der Rückversicherung oder die Aktivitäten von Munich Health, die mit vielen ihrer Initiativen Neuland betreten.

*(Folie 7: Drei Säulen des wertorientierten Portfoliomanagements)*

Dieses, wie wir es nennen, wertorientierte Portfoliomanagement ruht auf drei Säulen: Unser Risikomanagement stellt mit klar definierten Prozessen einen gruppenweit einheitlichen Blick auf die Risiken und deren konsistente Bewertung sicher. Unser Kapitalanlagemanagement ist geprägt durch die Abbildung – die Replikation – der versicherungstechnischen Verbindlichkeiten in Bezug auf Struktur, Währungen und Fristen. Die Kapitalanlagen führen bei uns kein Eigenleben, wir sind uns stets bewusst, dass höherer Ertrag in der Regel auch mehr Risiko bedeutet. Unser Kapitalmanagement schließlich sorgt dafür, dass wir die Eigenmittel flexibel dort einsetzen, wo sie den größten Mehrwert schaffen; dabei achten wir stets auf einen angemessenen Kapitalpuffer. Verfügen wir über diesen notwendigen Puffer hinaus über Kapital, das sich nicht mit den sonst im Konzern erwarteten Renditen ins Verdienen bringen lässt, dann geben wir es an unsere Aktionäre zurück. So haben wir seit November 2006 bis heute – über die Ausschüttung attraktiver Dividenden hinaus – eigene Aktien im Gesamtumfang von 5 Mrd. € zurückgekauft.

Auf diese Weise haben wir die Gesamtverzinsung aus Aktienrückkauf und Dividende für Sie, meine Damen und Herren, im Jahr 2009 auf annähernd 10 % gesteigert. Dieses Ergebnis ist erfreulich im Vergleich zu den meisten unserer wichtigen Wettbewerber wie auch zu den relevanten Indizes. Zudem ist die Volatilität unserer Aktie – also die Kursschwankungen – über die vergangenen Jahre deutlich zurückgegangen. Sie liegt heute merklich unter denen bedeutender Indizes wie dem DAX 30 oder dem Dow Jones Euro Stoxx 50. Dies senkt die Kapitalkosten und schafft für Sie verlässliche Erträge.

*(Folie 8: ERGO – klar zurück in der Gewinnzone)*

**ERGO wächst im Ausland – Neue Markenarchitektur fördert das Geschäft**

Ich komme nun zu den einzelnen Geschäftsfeldern und beginne mit der Erstversicherung. ERGO hat sich in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld gut behauptet und konnte das Konzernergebnis gegenüber dem Vorjahr deutlich auf 173 Mio. € steigern. Die gesamten Beitragseinnahmen in der Erstversicherung stiegen um 5,3 % auf 19,1 Mrd. €. Dazu haben organisches Wachstum und Zukäufe im In- und Ausland gleichermaßen beigetragen. Wie schon im Vorjahr wuchs ERGO besonders stark im internationalen Geschäft und generiert inzwischen etwa die Hälfte des Neugeschäfts außerhalb Deutschlands. Dies unterstreicht den Anspruch der ERGO, nicht nur auf dem Heimatmarkt zu den führenden Erstversicherern zu zählen.

*(Folie 9: ERGO – Expansion in internationalen Märkten)*

Leider wird die erfreuliche Entwicklung einiger Auslandsgesellschaften der ERGO in unserer Bilanzwährung nicht deutlich. Dies gilt insbesondere für Polen und die Türkei, deren Währungen gegenüber dem Euro im vergangenen Jahr erheblich verloren haben. Einen bedeutenden Wachstumsbeitrag lieferte hingegen die österreichische Bank Austria Creditanstalt Versicherung. Sie ist 2009 erstmals für das gesamte Jahr in das Zahlenwerk von ERGO eingegangen und im Übrigen auch organisch sehr erfreulich gewachsen. Auch die HDFC ERGO, unser Joint Venture in Indien, kommt sehr gut voran und liegt über Plan.

Auf dem Heimatmarkt fällt auf, dass bei den Deutschen zumindest in der Krise die Bereitschaft zur Vorsorge gegen laufende Beiträge merklich abnimmt, und das, obwohl jeder weiß, wie es um die staatlichen Rentenkassen bestellt ist. Demgegenüber ist das Einmalbeitragsgeschäft stark gewachsen, bei uns freilich nur halb so stark wie auf dem übrigen Markt. Hier lohnt der klare Blick auf die ökonomischen Parameter dieser Geschäfte: Nicht jedes Einmalbeitragsgeschäft schafft Wert und deshalb haben wir ganz bewusst große Geschäftsblöcke nicht gezeichnet.

Die private Lebens- und Rentenversicherung steht für ein nachhaltig sicheres Leistungsversprechen mit garantierter Mindestverzinsung und zusätzlichen Gewinnbeteiligungen. Lebensversicherungsunternehmen wollen und müssen auch für längere Perioden mit niedrigen Zinsen vorsorgen, wie wir sie derzeit erleben. Das Zinsniveau ist übrigens eine direkte Folge der Bankenkrise; gerade den Banken erlaubt diese enorm billige Refinanzierung sichere Gewinne. Die Folgen dieser staatlichen Hilfe tragen Versicherer und Versicherte.

Die Qualität der Lebensversicherung als sichere Geldanlage und Vorsorge hat sich in der Krise eindrucksvoll bestätigt. Bei Fondsanlagen – zuletzt bei Immobilien – haben Anleger nicht nur keine Verzinsung erhalten, sondern oft große Teile ihrer Anlagen selbst verloren. Da ist es schon grob irreführend, eine Absenkung der Gewinnbeteiligung um 20 Basispunkte als kritisch für den Inhaber einer Lebensversicherung zu bezeichnen. Auch ERGO hat die Gewinnbeteiligungen gesenkt. Die zusätzliche Absicherung der Wiederanlage bei anhaltenden Niedrigzinsen habe ich bereits angesprochen. Das alles macht es uns im Wettbewerb um Neugeschäftskunden nicht unbedingt einfacher. Wir belasten damit aber nicht unsere Bestände, schonen die Sicherheitsreserven und gehen keine zusätzlichen Risiken ein, etwa weil wir auf einen Zinsanstieg wetten. Dies ist gelebtes Risikomanagement, wir sehen der Realität ins Auge und handeln ökonomisch vernünftig.

Das Krankenversicherungsgeschäft wurde durch die Gesundheitsreform belastet – ich sprach dazu im Vorjahr – allerdings nicht so stark, wie dies zunächst zu erwarten war. Auch hier sind die staatlichen Sicherungssysteme überfordert und drängende Fragen der

Gesundheitsfinanzierung bleiben ungelöst. Dabei bietet die private Krankenversicherung mit ihrer Kapitaldeckung den Versicherten Schutz vor Leistungskürzungen nach Kassenlage und demographisch bedingten Beitragssteigerungen.

*(Folie 10: ERGO – Schaden-Kosten-Quoten unter nachhaltigem Zielwert)*

In Deutschland lag die Schaden-Kosten-Quote für das Schaden-/Unfallgeschäft einschließlich Rechtsschutz erneut unter 90 %. Hier profitieren wir auch vom vorteilhaften Produktmix der ERGO. Wir sind vom nach wie vor sehr harten Preiswettbewerb in der KFZ-Versicherung deutlich weniger betroffen als andere. Im Auslandsgeschäft machten sich wie auf der Beitragsseite auch bei der Schaden-Kosten-Quote die Wechselkursveränderungen bemerkbar. Besonders auf den osteuropäischen Märkten führten sie zu einem Anstieg der Preise für Ersatzteile, die aus dem Ausland importiert und in Fremdwährung bezahlt werden müssen. Deswegen und wegen der in manchen Ländern stärker spürbaren Wirtschaftskrise stieg die Combined Ratio im internationalen Geschäft auf über 100 % an; hier steuern wir gegen. Insgesamt lag die Schaden-Kosten-Quote im Segment Schaden- und Unfallversicherung einschließlich Rechtsschutz 2009 bei 93,1 %. Damit liegt sie zwar höher als im vorangegangenen Jahr, aber einmal mehr deutlich unter der nachhaltigen Zielmarke von 95 %.

*(Folie 11: Neue ERGO-Markenstrategie – Impuls für künftiges Wachstum)*

Im November gab ERGO den Startschuss für eine umfassende Neuausrichtung des Markenprofils in Deutschland. ERGO beobachtete seit einiger Zeit den Trend, dass Versicherungskunden sehr unterschiedliche Wege nutzen, um sich mit Versicherungsschutz zu versorgen und die gewünschte Deckung individuell zusammenzustellen. Sie treffen nunmehr auf eine starke Marke und einen starken Risikoträger pro Sparte. Der Direktvertrieb agiert bereits unter der Marke ERGO Direkt, denn dort war durch die Insolvenz von Arcandor für die Marke „KarstadtQuelle Versicherungen“ unmittelbarer Handlungsbedarf entstanden. Die Reaktionen aus dem Markt sind außerordentlich positiv. Bis zum vierten Quartal werden wir auch in der Lebens- und in der Schaden- und Unfallversicherung nur noch als ERGO auftreten. Die Marken Hamburg-Mannheimer und Victoria nimmt ERGO vom Markt. Die Anbieter der Spezialsparten – DKV, D.A.S. und ERV – sind in ihren Branchen Marktführer und entsprechend bekannt, auch im Ausland. Sie werden ihre Markennamen behalten.

Die neue Markenarchitektur steigert auch die Effizienz, denn die Bündelung der Werbebudgets auf einige wenige Marken erhöht die Effizienz der eingesetzten Mittel. Die Wettbewerbsfähigkeit von ERGO wird gestärkt und es werden Impulse für künftiges

Wachstum gegeben. Gleichzeitig unterstützt die neue Markenarchitektur die ausländischen Erstversicherer der Gruppe, von denen die meisten bereits erfolgreich als ERGO auftreten.

Ohne die Integrationsschritte der letzten Jahre wäre der Übergang zur Marke ERGO im deutschen Geschäft mit viel größeren Umwälzungen verbunden. Da ERGO jedoch im inländischen Geschäft bereits eine Verwaltungsgemeinschaft eingerichtet hat, sollte sich der Übergang ohne größere organisatorische Veränderungen bewerkstelligen lassen. Im Übrigen sind im Oktober 2009 die Mitarbeiter der deutschen Markengesellschaften, soweit sie nicht den Vertriebsstellen zugeordnet waren, zur ERGO Versicherungsgruppe AG gewechselt – immerhin mehr als 10.000 Kolleginnen und Kollegen.

Die internationale Strategie von ERGO kennen Sie, wir verfolgen sie unverändert weiter. So wollen wir das Geschäft vor allem in Osteuropa sowie auf ausgewählten Märkten Asiens ausbauen. Gleichzeitig haben wir den immer bedeutender werdenden Bankenvertriebskanal durch Kooperationen in Griechenland und im Baltikum ausgebaut. Die bislang erworbenen Versicherer wurden planmäßig in den Konzern integriert, wie zuletzt die BA-CA Versicherung in Österreich.

Wie Sie wissen, hat Munich Re als Konzernmutter den Anteil an ERGO von knapp unter 95 % auf über 99 % erhöht. Auf der bevorstehenden Hauptversammlung von ERGO soll ein Beschluss zum Ausschluss der Minderheitsaktionäre herbeigeführt werden, der sogenannte Squeeze-out. Dies vereinfacht die Beteiligungsstrukturen und spart Kosten. Gleichzeitig ermöglicht es eine noch engere Zusammenarbeit im Konzern.

Damit komme ich zur Rückversicherung.

*(Folie 12: Erfreuliches Ergebnis im Geschäftsfeld Rückversicherung)*

### **Akquisition von Hartford Steam Boiler belegt Handlungsspielraum in der Krise**

Sehr geehrte Damen und Herren, mit einem Gewinn von 2,56 Mrd. € lieferte das Geschäftsfeld Rückversicherung 2009 ein erfreuliches Ergebnis. Hier ernten wir vor allem die Früchte unserer Zeichnungsstandards und unserer konservativen Kapitalanlagepolitik. Drei Aspekte sind für 2009 besonders anzusprechen: Erstens ein – bereinigt um eine 2008 ausgeschüttete konzerninterne Dividendenzahlung von ERGO an die Münchener Rück AG – spürbar verbessertes Kapitalanlageergebnis. Hier konnten wir Abgangsgewinne sowie ein deutlich verbessertes Ergebnis aus Zu- und Abschreibungen verbuchen.

*(Folie 13: Günstige Schadenentwicklung bei höherem Kapitalanlageergebnis)*

Zweitens eine unterdurchschnittliche Großschadenbelastung im Schaden- und Unfallgeschäft. Die Belastung aus Naturkatastrophen blieb hier unter dem langjährigen Durchschnitt. Und drittens, das Ergebnis belastend, verzeichneten wir erwartungsgemäß höhere Schäden in den Branchen der Kredit- und Kautionsversicherung. Sie waren von der Rezession am stärksten betroffen. Die Schaden-Kosten-Quote verbesserte sich insgesamt um 4,1 Prozentpunkte auf 95,3 %.

Auf der Umsatzseite konnten wir einen beachtlichen Zuwachs um 13,5 % auf 24,8 Mrd. € verzeichnen. Dazu haben Unternehmenskäufe, vor allem aber organisches Wachstum beigetragen. Ein deutliches Beitragswachstum erzielten wir in Leben und Gesundheit. Rückversicherung als Kapitalersatz war hier besonders gefragt, sodass wir einige großvolumige Transaktionen abschließen konnten. Diese Verträge werden in der Regel für mehrere Jahre vereinbart. Wir profitieren davon also nicht nur im laufenden Geschäftsjahr.

Bereits Ende 2008 hatten wir im Rahmen unserer US-Strategie den Kauf der Hartford Steam Boiler Group (HSB) angekündigt. Wir haben die Gesellschaft zum 31. März 2009 übernommen und seitdem konsolidiert. Somit trägt sie in drei Quartalen zum Umsatz und Ergebnis der Rückversicherung bei. Der Ergebnisbeitrag der HSB ist höher ausgefallen als zum Kaufzeitpunkt erwartet, eine inmitten der Krise nicht selbstverständliche Entwicklung. Frühere Akquisitionen wie die Midland Company und die Sterling Life Insurance Company gingen erstmals für ein volles Jahr in das Zahlenwerk ein.

Die genannten Gesellschaften sind zwischenzeitlich vollständig in die Rückversicherungsgruppe integriert. Auch bei der zuletzt erworbenen HSB konnten wir dies im Zeitplan erreichen. Man kann es auch so sagen: Erwerb und Integration von Unternehmen stellen für sich genommen keine Herausforderung dar. Wir sind geübt im Konzern und können den Kauf interessanter Zielgesellschaften insoweit ohne jede Beschränkung prüfen. Die entscheidende Hürde bei Akquisitionen ist vielmehr der Preis und es sieht nicht so aus, als ob sich dies kurzfristig ändern würde.

*(Folie 14: Die neue Marke Munich Re – wichtiger Wertbeitrag für profitables Wachstum)*

Ich sprach es eingangs bereits an, aus Münchener Rück wurde Munich Re. Damit stärken wir die Marke und das Image von Munich Re. Der weltweit einheitliche Auftritt kommt allen Gesellschaften zugute, die unter dem gemeinsamen Markendach operieren. Darüber hinaus ist eine einheitliche Marke kosteneffizienter, einfacher zu führen und erleichtert die Integration künftiger Unternehmenszukäufe. Die neu positionierte Marke ist die Basis für eine gezielte Vermarktung von Munich Re als Knowhow-Träger in der

Versicherungswirtschaft. Damit leistet die Marke einen wichtigen Beitrag zum profitablen Wachstum des Konzerns.

*(Folie 15: Mit markt- und kundengerechten Lösungen Wert schaffen)*

Wir bauen dabei auf unsere traditionellen Werten wie Integrität, finanzielle Solidität und Verlässlichkeit. Erheblich investieren wir in die Erweiterung unseres Risikowissens in allen Bereichen. Nur so können wir künftige Risiken frühzeitig erkennen und bewerten. Mit der Einführung der Client-Management-Teams vor zwei Jahren haben wir die Strukturen geschaffen, die es uns erlauben, dieses Wissen schnell und effizient in markt- und kundengerechte Lösungen umzusetzen.

*(Folie 16: Das Geschäft ausweiten...)*

Unser Ziel ist es, der erste Ansprechpartner zu sein, wenn es um maßgeschneiderte und umfassende Risikolösungen geht. Unsere Lösungen müssen Mehrwert für die Kunden schaffen. Ich will dies mit einigen Beispielen verdeutlichen: Ich denke an Beratungsleistungen im Zuge der Einführung von fundamental veränderten versicherungsaufsichtsrechtlichen Anforderungen – Stichwort Solvency II. Wir unterstützen Kunden dabei, ihr Rückversicherungsprogramm mit Blick auf ihr Risikoprofil und die verfügbare Kapitalausstattung bestmöglich zu gestalten. Unser Consulting-Konzept ALPHA geht in eine ähnliche Richtung: Es hilft kleineren Kunden ohne eigenes Assetmanagement, ihr Kapitalanlageportfolio individuell zu optimieren, und berücksichtigt dabei die Struktur der Verbindlichkeiten. Ich denke auch an die Leistungsgarantieversicherung für Photovoltaikanlagen. Diese vollständig neue Deckungsform haben Spezialisten bei Munich Re entwickelt, sie gilt bereits als Marktstandard.

Wir weiten die Grenzen der Versicherbarkeit aus und dringen in Bereiche vor, die andere noch meiden. Dazu ein ganz aktuelles Beispiel: Wir könnten eine Deckung anbieten, die Fluggesellschaften den Schaden durch die Flugverbote infolge des Vulkanausbruchs in Island ersetzt. Zu risikoadäquaten Bedingungen und mit Blick auf mögliche Kumule sorgsam limitiert würden wir diese Deckung zeichnen. Bisher bestand praktisch keine Nachfrage, weil das Risiko von potenziellen Kunden als unerheblich eingestuft wurde. Dass es sehr real ist und die Schäden erheblich sein können, daran zweifelt heute wohl niemand mehr. Oder nehmen wir die Lebensversicherung: Hier haben wir Lösungen erarbeitet, die es unseren Kunden erlauben, Antragsteller zu versichern, die früher wegen Vorerkrankungen abgelehnt werden mussten. Das gilt zum Beispiel für Personen mit HIV/AIDS, aber auch für bedeutend größere Bevölkerungsgruppen mit Erkrankungen der koronaren Herzkranzgefäße oder Diabetes mellitus.

Und schließlich erschließen wir uns gänzlich neue Kundengruppen, die bisher nicht im Fokus der traditionellen Rückversicherung standen. Dabei geht es um Endkunden in der Erstversicherung, um berufsständische Organisationen oder auch um Versicherungspools. Sie alle wollen wir mit Produkten und Lösungen ansprechen, bei denen der Erfolg von der kompetenten Bewertung des einzelnen Risikos abhängt und nicht so sehr vom Vertriebszugang.

Bis Ende des Jahres werden alle unsere Tochtergesellschaften und Niederlassungen, die Rückversicherungsgeschäft betreiben, die Marke Munich Re übernehmen. Auch die spezialisierten Anbieter und Erstversicherer, die wir aus dem Geschäftsfeld Rückversicherung heraus steuern, werden künftig überwiegend unter der Marke Munich Re operieren, ergänzt um den Zusatz „Risk Solutions“.

Wie Münchener Rück steht Munich Re künftig neben der Rückversicherung auch für die Gruppe.

*(Folie 17: Munich Health als jüngstes Geschäftsfeld mit neuer Marke)*

### **Munich Health steht für innovative und kostenoptimierte Lösungen**

Den Auftakt zu den Markenprojekten hatte unser jüngstes Geschäftsfeld gebildet, das wir 2006 zunächst in einer virtuellen Organisation etabliert hatten. Im Mai des vergangenen Jahres hat es sich erstmals unter der Marke Munich Health präsentiert, als drittes Standbein der Gruppe und gleichberechtigt neben der Erst- und Rückversicherung.

Das von Munich Health verantwortete Geschäft umfasst in der Rückversicherung das gesamte unter Gesundheit verbuchte Geschäft, in der Erstversicherung das Auslandsgeschäft. Mit Beginn des laufenden Jahres werden wir Munich Health in unserer Segmentberichterstattung gesondert ausweisen, erstmals bei der Veröffentlichung unserer Geschäftszahlen für das 1. Quartal am 7. Mai.

Weltweit steigen die Gesundheitsausgaben schneller als die allgemeine Wirtschaftsleistung. In vielen Ländern stoßen die staatlichen Versorgungssysteme – so es überhaupt welche gibt – an ihre Grenzen oder sind bereits zu erheblichen Leistungskürzungen gezwungen. Die zunehmende Alterung der Bevölkerung wird diese Entwicklung noch verstärken. Qualitativ hochwertige medizinische Versorgung lässt sich künftig nur durch höhere Eigenvorsorge sicherstellen. Dieser Trend ist einerseits besorgniserregend, andererseits ergeben sich daraus für uns enorme Chancen: Gleich ob öffentliches oder privates Gesundheitssystem, damit es bezahlbar bleibt, sind innovative Lösungen und kostenoptimierte Formen der Leistungserbringung vonnöten.

Mit Munich Health haben wir die Vorteile des integrierten Geschäftsmodells aus Erst- und Rückversicherung erlebbar gemacht. Das Geschäftsfeld vereint das globale Fachwissen von mehr als 5.000 Mitarbeitern in einer Vielzahl spezialisierter Risikoträger und Dienstleister aus dem Gesundheitsbereich. Allein oder mit externen Partnern können wir die Stufen der Wertschöpfungskette im Gesundheitsgeschäft abdecken und unterschiedliche Geschäftsmodelle darstellen. So können wir stets dort ansetzen, wo wir den größten Mehrwert schaffen und flexibel reagieren, wenn sich die Marktgegebenheiten ändern.

Das Geschäftsfeld ist seit seiner Gründung hauptsächlich durch Unternehmenszukäufe oder Neugründungen von Gesellschaften gewachsen. Wir haben viel Energie in den Aufbau der weltweiten Organisation investiert. Dabei haben wir das breite Wissensspektrum unserer Experten systematisch vernetzt, sodass wir es schnell abrufen und gezielt einsetzen können. So erarbeiten wir maßgeschneiderte und an den individuellen Kundenbedürfnissen ausgerichtete Lösungen für lokale Märkte. In den kommenden ein bis zwei Jahren wollen wir das Erreichte vor allem konsolidieren. Wir setzen also vorerst stärker auf organisches Wachstum und legen das Augenmerk auf eine Steigerung der Profitabilität unserer bestehenden Aktivitäten.

Sehr verehrte Damen und Herren, der internationale Gesundheitsmarkt ist eine Wachstumsbranche. Er ist weniger konjunkturabhängig als andere Sektoren und er bietet enormes Geschäftspotenzial. Mit Munich Health können wir auf diesem Markt einiges bewegen. Wir haben noch nicht die Bedeutung und die Marktstellung, die wir in den beiden anderen Geschäftsfeldern erreicht haben und die wir anstreben. Munich Health ist noch jung und das Geschäft ist anspruchsvoll. Ich bin zuversichtlich: Munich Health wird mittelfristig einen stabilen und relevanten Wertbeitrag für die Gruppe liefern.

*(Folie 18: Gut aufgestellt für kommende Herausforderungen)*

#### **Auf Herausforderungen vorbereitet, mittelfristige Geschäftsaussichten positiv**

Nach diesem Blick auf unser jüngstes Geschäftsfeld kehre ich zurück zur Sicht auf die gesamte Gruppe.

Die Finanz- und Wirtschaftskrise hatte 2009 ihren Höhepunkt, sie stellte Staaten, Unternehmen und Privathaushalte auf eine harte Belastungsprobe. Erst seit dem zweiten Quartal haben sich die Kapitalmärkte erholt, die Konjunkturaussichten haben sich etwa ab der Jahresmitte aufgehellt. Munich Re als Gruppe hat das Jahr 2009 erfolgreich abgeschlossen. Wir konnten eine risikoadjustierte Rendite von 15 % erwirtschaften, unser wichtigstes finanzielles Ziel. Wir haben geliefert, was wir uns vorgenommen hatten.

2009 waren wir erfolgreich, weil wir konsequent und diszipliniert unseren Weg gegangen sind. Auch im nervösen Umfeld der Finanzkrise haben wir an unseren Zielen und Überzeugungen festgehalten. Wir waren vorbereitet auf die Herausforderungen, auch weil wir den Mut hatten, nicht jedem kurzlebigen Trend zu folgen. Gerade auch im Kapitalanlagebereich haben wir uns nur dort engagiert, wo die Risiken transparent waren. Hin und wieder muss man dazu Versuchungen widerstehen und den nur vermeintlich leicht verdienten Euro auf dem Tisch liegen lassen. Diese Haltung wird unsere Geschäftspolitik auch weiterhin kennzeichnen.

Lassen Sie mich kurz die Punkte aufzählen, die einen starken Einfluss auf unser Geschäft in diesem Jahr haben werden.

Da ist zunächst die weitere Entwicklung der Preise in der Rückversicherung. In der Vertragserneuerung zum 1. Januar waren auf nahezu allen Märkten die Preise unter Druck; ausgenommen waren nur Segmente, die von hohen Schäden belastet waren. Dieser Trend hat sich in der Vertragserneuerung zum 1. April fortgesetzt, daran haben auch die Naturkatastrophen seit Jahresbeginn nichts geändert.

Das Jahr 2010 weist bis heute eine hohe Zahl von schweren Naturkatastrophen auf – die Erdbeben in Haiti und Chile, den Wintersturm Xynthia über Westeuropa, zwei Hagelunwetter in Australien, ein Erdbeben in China und zuletzt den Vulkanausbruch in Island. 2009 war in Bezug auf Naturkatastrophen vergleichsweise schadenarm. 2010 wird offenbar ein Jahr mit mindestens der im mehrjährigen Durchschnitt zu erwartenden, möglicherweise aber auch einer überdurchschnittlichen Schadenbelastung.

Für Erdbeben und Vulkanausbruch können wir daran arbeiten, sie mit hinreichender Genauigkeit vorherzusagen, die Schadenprävention zu unterstützen, die direkten und indirekten Schäden nach einem solchen Ereignis zu minimieren und schließlich über Versicherungsleistungen zumindest die materiellen Schäden zu ersetzen. Auf Eintrittswahrscheinlichkeiten und Intensität hat der Mensch indes keinen Einfluss.

Dies ist anders bei Stürmen und sonstigen Unwettern, bei Flut und Überschwemmung. Die erhöhte Frequenz und die höhere Intensität von wetterbedingten Naturkatastrophen ist der Klimaerwärmung zuzuschreiben, und die wiederum ist zu einem Gutteil auf menschliches Handeln zurückzuführen. Als Versicherer und Rückversicherer sind wir von diesen Auswirkungen unmittelbar betroffen. Da überrascht es nicht, wenn wir Anpassungsstrategien mit entwickeln und unterstützen.

*(Folie 19: Munich Re – treibende Kraft und Gründungsmitglied der Desertec Industrial Initiative)*

Meine Damen und Herren, Sie haben es alle in den Medien verfolgt: Munich Re war die treibende Kraft und ist eines der Gründungsmitglieder der Desertec Industrial Initiative – kurz Dii. Die Initiative verfolgt das Ziel, in den Wüstenregionen Nordafrikas und des Nahen Ostens Strom aus Sonnenenergie zu gewinnen. Damit soll der wachsende Energiebedarf in den Erzeugerländern und bis zu 15 % des Bedarfs in Europa gedeckt werden.

Dii kommt gut voran und hat in der Zwischenzeit weitere Partner aus Europa und Nordafrika aufgenommen. Im März konnte Dii den früheren Bundesumweltminister und Exekutivdirektor des Umweltprogramms der Vereinten Nationen (UNEP) in Nairobi, Professor Klaus Töpfer, als strategischen Berater gewinnen.

Mit unserer Beteiligung an Dii bauen wir unsere Meinungsführerschaft rund um das Thema „Klima“ weiter aus. Gleichzeitig demonstrieren wir, wie sich unternehmerische Interessen, nachhaltiges Wirtschaften und gesellschaftliche Verantwortung in Einklang bringen lassen.

*(Folie 20: Gut aufgestellt für kommende Herausforderungen)*

Doch nun zurück zu den Einflussfaktoren auf unser Geschäft im laufenden Jahr. Das anhaltend unsichere wirtschaftliche Umfeld erschwert Prognosen für die kurzfristige Nachfrage nach Versicherungsschutz; die private Alters- und Gesundheitsvorsorge wird zudem stark von politischen Entscheidungen beeinflusst. Dies gilt für unser Gesundheitsgeschäft in den USA ebenso wie für die Lebensversicherung gegen laufende Beiträge in Deutschland.

Unsere weiterhin restriktive Haltung gegenüber Kapitalanlagerisiken und das derzeit sehr niedrige Zinsniveau werden unsere Kapitalanlagerendite im laufenden Jahr unter 4 % drücken.

ERGO hat mit der Neuausrichtung der Markenarchitektur ein ambitioniertes Projekt gestartet und in der Rückversicherung werden wir unser geschärftes Leistungsversprechen für die Kunden erlebbar machen.

Und schließlich rechne ich damit, dass die sehr lebendige und oft kontroverse Diskussion um Regulierung und Aufsicht zunächst noch andauern wird. In den kommenden Monaten sollte es dann zu wichtigen Weichenstellungen kommen. Dabei sind wir Treiber, nicht Getriebene, denn Solvency II entspricht dem Ansatz, nach dem wir unser Geschäft schon heute steuern.

An Herausforderungen wird es nicht mangeln. Ich sehe ihnen zuversichtlich entgegen. Ich weiß, die Mitarbeiter von Munich Re, ERGO und Munich Health können sie bewältigen. Wir sind gut aufgestellt.

Nichts fällt uns auf wettbewerbsintensiven Märkten in den Schoß. Wir schaffen mit harter Arbeit und großem Einsatz Wert. Wir beraten unsere Kunden, identifizieren gemeinsam mit ihnen ihre Risiken, nehmen sie ihnen teilweise ab und managen sie dann aktiv in unserem Portfolio. Wir dringen in neue Bereiche vor, die andere noch meiden. Wir entwickeln innovative Produkte und weiten so die Grenzen der Versicherbarkeit aus. All dies natürlich auf der Basis eingehender Analysen und stets mit gesundem Menschenverstand. Unsere Lösungen für individuelle Fragen und Probleme sind oft einmalig und neuartig, sie sind finanziell verlässlich. Sie erlauben uns höhere Margen und schaffen ein Alleinstellungsmerkmal für Munich Re.

*(Folie 21: Munich Re – berechenbar für Investoren)*

Meine Damen und Herren, was bedeutet dies für Sie als Investoren? Es heißt vor allem: Wir wollen für Sie berechenbar sein. Wir haben eine gesunde Bilanz, wir schieben keine Altlasten vor uns her. Gegen noch immer bestehende Risiken infolge der Krise sind wir bestmöglich abgesichert. Gleichzeitig können wir Chancen nutzen, denn wir haben den finanziellen Spielraum, schnell und flexibel auf Opportunitäten zu reagieren.

Mit über 2 Mrd. € haben wir unser Ergebnisziel für das laufende Jahr etwas niedriger angesetzt als das Ergebnis 2009. Dies spiegelt das gegenwärtige Zinsniveau und unsere Risikoposition bei den Kapitalanlagen wider. Deutlich höhere Erträge ließen sich nur mit mehr Risiko erreichen. Wir schätzen unsere mittel- und langfristigen Geschäftsmöglichkeiten weiterhin positiv ein. Deshalb halten wir an unserem Ziel des risikoadjustierten Ertrags von 15 % über den Zyklus fest.

Ich sagte es mehrfach: In Ihrem Interesse, verehrte Damen und Herren, wollen wir Risiken nur dort eingehen, wo sie unser Ertragsprofil verbessern und wo wir nachweislich mehr vom Risiko verstehen als andere; das trifft insbesondere auf das versicherungstechnische Risiko zu. So findet also auch weiterhin die eine oder andere kleine Rallye am Kapitalmarkt ohne uns statt. Wir bieten Ihnen dafür nachhaltige und, soweit möglich, planbare Erträge. Denn wir sagen, was wir tun, und wir tun, was wir sagen.

*(Folie 22: Erläuterungen zur Tagesordnung)*

### **Erläuterung der Abstimmungspunkte**

Damit komme ich zu den Punkten der Tagesordnung, über die Sie heute beschließen. Die Tagesordnung haben wir Ihnen zugesandt; Sie finden sie auch in den Unterlagen, die Sie heute am Eingang erhalten haben. Einige Punkte möchte ich noch kurz kommentieren.

Zunächst Tagesordnungspunkt 2, die Verwendung des Bilanzgewinns aus dem Geschäftsjahr 2009. Wir schlagen der Hauptversammlung die Zahlung einer von 5,50 € auf 5,75 € erhöhten Dividende vor. Die Dividende entspricht – bezogen auf den momentanen Aktienkurs (Stand: 21.04.2010 von 120,50 €) – einer Dividendenrendite von rund 4,8 %. Mit dieser Dividende machen wir deutlich, dass unser Geschäftsmodell auch in wirtschaftlich schweren Zeiten nachhaltig Ertrag liefert. Und wir bedanken uns auf diese Weise bei unseren Aktionären für ihr Vertrauen.

Noch eine Bemerkung zum Gewinnverwendungsvorschlag: Als wir im März die Einberufung zur Hauptversammlung veröffentlicht haben, war unser jüngstes Aktienrückkaufprogramm über 1 Mrd. € noch nicht beendet. Die Zahl eigener und damit nicht dividendenberechtigter Aktien hat sich inzwischen nochmals erhöht. Ihnen liegt daher heute ein aktualisierter Beschlussvorschlag vor, der in den Positionen Ausschüttungssumme und Vortrag auf neue Rechnung die aktuelle Zahl eigener Aktien berücksichtigt. Sie finden den aktualisierten Vorschlag in der Broschüre, die Sie heute Morgen am Eingang erhalten haben. Neben der Ausschüttung von knapp 1,1 Mrd. € sollen rund 156 Mio. € in die anderen Gewinnrücklagen eingestellt werden.

Die Tagesordnungspunkte 7 und 8 betreffen die Ermächtigung zum Erwerb und zur Verwendung eigener Aktien auch unter Einsatz von Derivaten. Die in der letzten Hauptversammlung erteilte Ermächtigung erlischt im Oktober, wir möchten Sie deshalb heute bitten, diese zu erneuern. Gesetzliche Neuregelungen erlauben uns nunmehr wie bei anderen Kapitalmaßnahmen einen Ermächtigungszeitraum von fünf Jahren. Davon möchten wir Gebrauch machen, um die Hauptversammlung nicht mehr jedes Jahr mit diesem Tagesordnungspunkt befassen zu müssen.

Auf der Grundlage der aktuellen Ermächtigung haben wir im Rahmen des bereits erwähnten Aktienrückkaufprogramms 2009/2010 insgesamt 8.933.153 Aktien zu einem durchschnittlichen Kurs von 111,94 € zurückgekauft, das entspricht 4,53 % des Grundkapitals. Diese Aktien werden wir – wiederum ohne Herabsetzung des Grundkapitals – im Anschluss an die Hauptversammlung wie angekündigt einziehen.

Außerhalb des Aktienrückkaufprogramms haben Gesellschaften der Gruppe seit der Hauptversammlung im vergangenen Jahr weitere 32.729 Aktien erworben, das heißt 0,02 %

des Grundkapitals. Der Großteil dieser Aktien dient – wie schon in den Vorjahren – ausschließlich dazu, Wertsteigerungsrechte abzusichern, die an das Management ausgegeben wurden. Abgegeben haben wir seit der Hauptversammlung 2009 durch Verkäufe über die Börse insgesamt 349.938 Aktien.

Derzeit sind somit insgesamt 10.929.717 eigene Aktien im Besitz der Gruppe, was einem Anteil von 5,54 % des aktuellen Grundkapitals entspricht. Weiteres zu den Aktienrückkäufen im abgelaufenen Geschäftsjahr 2009 finden Sie im Geschäftsbericht auf den Seiten 240 und 241 und auf den Internetseiten der Gesellschaft. Der Geschäftsbericht enthält zudem auch wieder einen erläuternden Bericht zur Münchener-Rück-Aktie und den mit ihr verbundenen Rechten.

Unter Tagesordnungspunkt 9 wird die Erneuerung der Ermächtigung zur Ausgabe von Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen vorgeschlagen, da die aktuelle Ermächtigung mit dem gestrigen Tag endete. Konkrete Pläne für eine Ausnutzung dieser neuen Ermächtigung bestehen derzeit nicht, zur Absicherung der notwendigen Flexibilität soll der Gesellschaft dieses Instrument bei Bedarf aber auch in den kommenden Jahren zur Verfügung stehen. Der Vorstand wird vor einer Ausnutzung in jedem Fall sorgfältig prüfen, ob dies jeweils im Interesse der Gesellschaft und ihrer Aktionäre liegt.

Tagesordnungspunkt 10 betrifft Änderungen der Regelungen in unserer Satzung für die Anmeldung zur Hauptversammlung und die Stimmrechtsausübung durch Bevollmächtigte. Damit soll die Satzung an die im September vergangenen Jahres durch das Gesetz zur Umsetzung der Aktionärsrechterichtlinie – kurz: ARUG – geänderte Rechtslage angepasst werden.

Auch Tagesordnungspunkt 11 greift eine Neuregelung des ARUG auf. Dort wird die Möglichkeit eingeräumt, die Aktionärsmitteilungen im Vorfeld der Hauptversammlung künftig nur noch elektronisch zu übermitteln, da dies gegenüber dem Versand in Papierform deutlich effizienter, kostengünstiger und umweltschonender ist. Von dieser Möglichkeit möchten wir teilweise Gebrauch machen. Auf dem Postweg soll künftig eine übersichtliche Kurzfassung der Tagesordnungspunkte und der Beschlussvorschläge zusammen mit dem Einladungsschreiben und dem Anmeldeformular zur Hauptversammlung an alle Aktionäre verschickt werden. Die umfangreiche Langfassung der Unterlagen lässt sich auf unseren Internetseiten unkompliziert abrufen und soll künftig grundsätzlich nur an die für den elektronischen Versand registrierten Aktionäre übermittelt werden. Wünscht ein Aktionär nach wie vor die ausführlichen Unterlagen in gedruckter Form, so senden wir ihm diese natürlich gern weiterhin zu.

So weit von meiner Seite die Erläuterungen zu den Beschlussvorschlägen an die heutige Hauptversammlung. Auf die Tagesordnungspunkte 5 und 6 ist bereits Herr Schinzler eingegangen. Abschließend bitte ich Sie, unseren Vorschlägen zu den Tagesordnungspunkten zuzustimmen.

Vielen Dank!

(Es gilt das gesprochene Wort)



MÜNCHENER RÜCKVERSICHERUNGS-GESELLSCHAFT  
HAUPTVERSAMMLUNG 2010

Nikolaus von Bomhard



Munich Re – Gruppe  
**Vorsprung**



28.04.2010 2

Munich Re – Gruppe

## 2009 – Erwartungen des Marktes übertroffen



### Munich Re (Gruppe)

#### Langfristiges Ergebnisziel auf RoRaC-Basis aufrechterhalten

Mit 15,1 % RoRaC Zielwert erreicht

#### Starkes Ergebnis in schwierigem Umfeld

2,56 Mrd. € Gewinn bedeutet Zuwachs von 60% gegenüber Vorjahr und erlaubt Dividende von 5,75 € je Aktie.

#### Kapitalbasis gestärkt

Eigenkapital auf 22,3 Mrd. € gestiegen

28.04.2010 3

Munich Re – Gruppe

## Munich Re besteht in schwierigem Marktumfeld



### Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Schwerste Rezession seit Jahrzehnten

Tiefststand der Kapitalmärkte im ersten Quartal 2009

Nachhaltigkeit der Erholung noch fraglich



28.04.2010 4

Munich Re – Gruppe

## Möglichkeiten infolge der Krise genutzt



### Chancen wahrgenommen

Erwerb von Hartford Steam Boiler

Starke Umsatzausweitung durch gezielte Entwicklung von Lösungen für Rückversicherungskunden in Leben und Gesundheit



28.04.2010 5

Munich Re – Gruppe

## Vergleich mit wesentlichen Wettbewerbern



### Entwicklung der Aktie inklusive Dividenden (indexiert) im Vergleich zu Wettbewerbern<sup>1</sup>



28.04.2010 6

Munich Re – Gruppe

## Drei Säulen des wertorientierten Portfoliomanagements

Munich RE 

---

### Wertorientiertes Portfoliomanagement


<b>1 Risikomanagement</b> Integriertes Risiko- management hat sich bewährt – gut gerüstet für Solvency II	<b>2 Asset Management</b> Gut diversifizierte Kapitalanlagen – diszipliniertes Asset- Liability-Management	<b>3 Kapitalmanagement</b> Solide Kapital- ausstattung – attraktive Rendite verglichen mit den Kapitalkosten
---	--	--

**Gesamtverzinsung aus Aktienrückkauf und Dividende auf annähernd 10 % in 2009 gesteigert**





28.04.2010 7

Erstversicherung

## ERGO – klar zurück in der Gewinnzone

Munich RE 


---

Gesamte Beitragseinnahmen		Konzernergebnis	
Mio. €		Mio. €	
Q1–4 2008	18.130 	Q1–4 2008	73 
Q1–4 2009	19.096 	Q1–4 2009	173 
<b>Beitragseinnahmen um 5,3% gewachsen</b>		<b>In schwierigem Umfeld Gewinn gesteigert</b>	

28.04.2010 8


Erstversicherung

## ERGO – Expansion in internationalen Märkten




---

ERGO in Europa



- Negative Währungseffekte (Polen, Türkei) dämpfen gute internationale Entwicklung
- Erheblicher Wachstumsbeitrag durch österreichische Bank Austria Creditanstalt Versicherung
- HDFC ERGO in Indien entwickelt sich über Plan


ERGO in Asien



28.04.2010 9

Erstversicherung

## ERGO – Schaden-Kosten-Quoten unter nachhaltigem Zielwert



---

**Schaden-Kosten-Quote Schaden/Unfall<sup>1</sup>**

%		
Q1–4 2008	90,9	<div style="width: 90.9%; background-color: #76b82a; height: 15px; border: 1px solid #ccc;"></div>
Q1–4 2009	93,1	<div style="width: 93.1%; background-color: #76b82a; height: 15px; border: 1px solid #ccc;"></div>

**Erneut besser als Ziel von 95 %**

**Schaden-Kosten-Quote Deutschland**

%		
Q1–4 2008	87,3	<div style="width: 87.3%; background-color: #76b82a; height: 15px; border: 1px solid #ccc;"></div>
Q1–4 2009	88,3	<div style="width: 88.3%; background-color: #76b82a; height: 15px; border: 1px solid #ccc;"></div>

**Vorteilhafte Portfoliostruktur unterstützt sehr gute Schaden-Kosten-Quote**

<sup>1</sup> Inklusive Rechtsschutz

28.04.2010 10

Erstversicherung

## Neue ERGO-Markenstrategie – Impuls für künftiges Wachstum

Munich RE 

---

### Hauptgründe für Übergang zur Marke ERGO in Deutschland

- Anpassung an verändertes Kundenverhalten – vielfältiger Zugang zur Gruppe, Angebote unter einer starken, gemeinsamen Marke
- Steigerung von Effizienz und Wettbewerbsfähigkeit
- Handlungsbedarf für Marke KarstadtQuelle Versicherungen durch Arcandor-Insolvenz

### ERGO 2010

Direkt	Leben	Schaden-Unfall <sup>†</sup>	International	Gesundheit	Reise
		  (Rechtsschutz)	  (Rechtsschutz)		


**Ziel: Neue Kunden gewinnen und Wachstum fördern**

<sup>†</sup> inklusive Rechtsschutz (D.A.S.).

28.04.2010 11

Rückversicherung



## Erfreuliches Ergebnis im Geschäftsfeld Rückversicherung

Munich RE 

---

### Gebuchte Bruttobeiträge

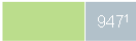

Mio. €

Q1–4 2008	21.869	
Q1–4 2009	24.823	


**Sehr erfreulicher Zuwachs um 13,5%**

### Ergebnis der Rückversicherungs-Gruppe

Mio. €

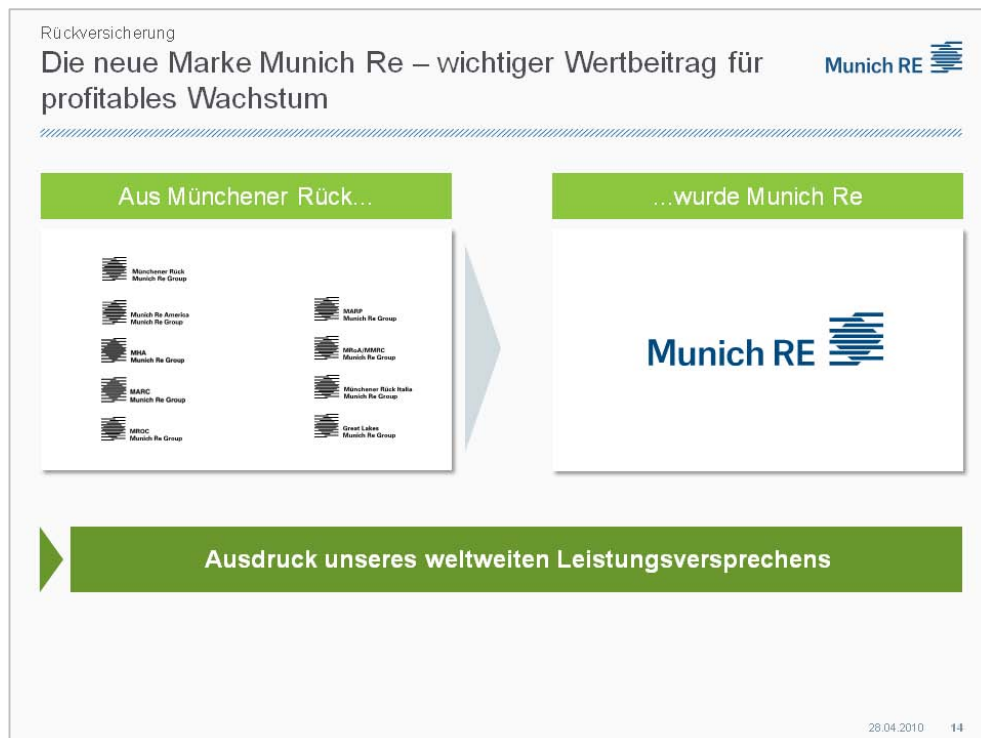
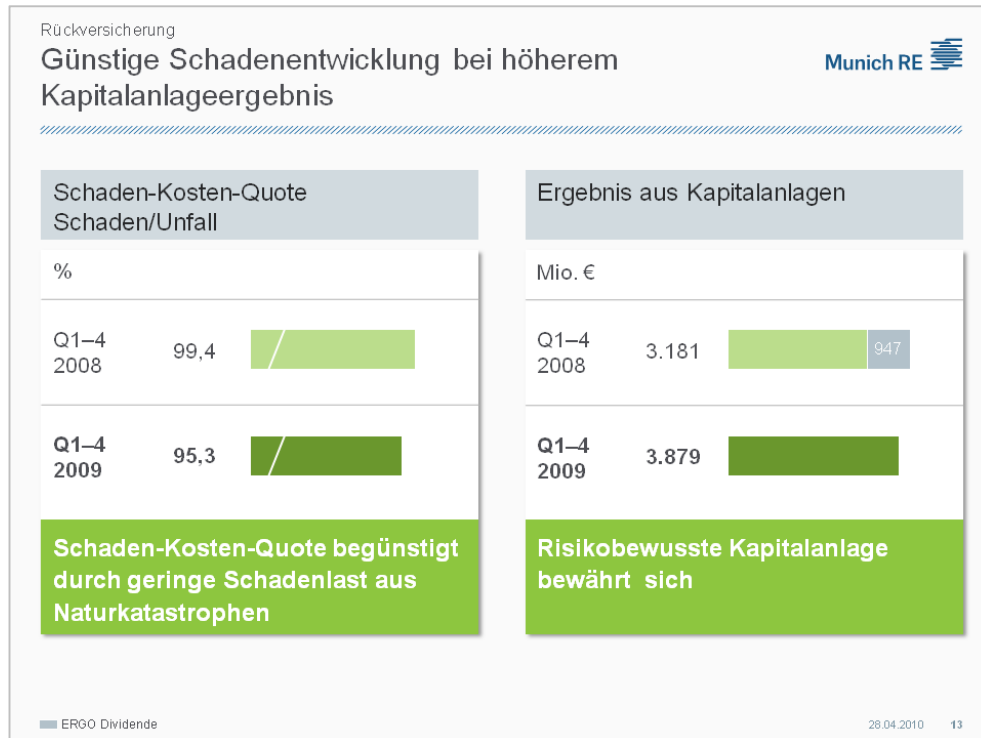
Q1–4 2008	1.453	
Q1–4 2009	2.555	

**Ergebnis nach Bereinigung um ERGO-Dividende um drei Viertel gesteigert**

 ERGO Dividende


<sup>†</sup> Ohne Berücksichtigung von Steuereffekten.

28.04.2010 12



Rückversicherung

**Mit markt- und kundengerechten Lösungen  
Wert schaffen**

Munich RE 

---

**Integrität und finanzielle Solidität  
als Basis**

Risikowissen laufend erweitern

Individuelle Lösungen entwickeln

Kunden und Märkte verstehen

➔

**Ziel: Erster Ansprechpartner  
für maßgeschneiderte und  
umfassende Risikolösungen**

28.04.2010 15

Rückversicherung

**Das Geschäft ausweiten...**

Munich RE 

---

**... über Beratungsleistungen**

- Solvency II, ALPHA

**... über innovative Lösungen**

- Versicherung von Antragsstellern mit Vorerkrankung in der Lebensversicherung
- Leistungsgarantieversicherung für Photovoltaikanlagen

**... durch Erschließung neuer Kundengruppen**


- Endkunden in der Erstversicherung
- Berufsständische Organisationen
- Versicherungspools




28.04.2010 16


Internationales Gesundheitsgeschäft

## Munich Health als jüngstes Geschäftsfeld mit neuer Marke

Munich RE 

---

- Weltweit steigende Gesundheitsausgaben
- Leistungskürzungen in den staatlichen Sicherungssystemen
- Zunehmende Alterung der Gesellschaft



**Munich Health: innovative Lösungen und kostenoptimierte Leistungserbringung**


**Konsolidierungsphase nach Zukäufen und Neugründungen**

**Munich Health wird stabilen Wertbeitrag liefern**

28.04.2010 17

Zusammenfassung und Ausblick auf das Geschäftsjahr 2010

## Gut aufgestellt für kommende Herausforderungen

Munich RE 

---

**Munich Re: 2009 erfolgreich abgeschlossen**

**Herausforderungen 2010**

Wir haben erreicht, was wir uns vorgenommen haben

Wir haben Erfolg dank konsequentem Handeln

Wir haben eine attraktive Rendite für unsere Aktionäre erwirtschaftet

Preise in der Rückversicherung unter Druck

2010 schon jetzt durch schwere Naturkatastrophen belastet

Weiter unsicheres wirtschaftliches Umfeld

Anhaltend niedriges Zinsniveau

28.04.2010 18

Zusammenfassung und Ausblick auf das Geschäftsjahr 2010

## Munich Re – treibende Kraft und Gründungsmitglied der Desertec Industrial Initiative



28.04.2010 19

Zusammenfassung und Ausblick auf das Geschäftsjahr 2010

## Gut aufgestellt für kommende Herausforderungen



### Munich Re: 2009 erfolgreich abgeschlossen

Wir haben erreicht, was wir uns vorgenommen haben

Wir haben Erfolg dank konsequentem Handeln

Wir haben eine attraktive Rendite für unsere Aktionäre erwirtschaftet

### Herausforderungen 2010

Preise in der Rückversicherung unter Druck

2010 schon jetzt durch schwere Naturkatastrophen belastet

Weiter unsicheres wirtschaftliches Umfeld

Anhaltend niedriges Zinsniveau

28.04.2010 20

Zusammenfassung und Ausblick auf das Geschäftsjahr 2010

## Munich Re – berechenbar für Investoren



- ▶ Gesunde Bilanz, keine Altlasten aus der Krise, finanzieller Spielraum gegeben
- ▶ Bekannte Strategie wird konsequent und diszipliniert weiter verfolgt
- ▶ Innovationen rund um das Risiko zur Geschäftsentwicklung
- ▶ RoRaC-Ziel 15 % über den Zyklus, Ergebnisziel für 2010 > 2 Mrd. €

28.04.2010 21

## Erläuterungen zur Tagesordnung



<b>TOP 2</b>	Beschlussfassung über die Verwendung des Bilanzgewinns aus dem Geschäftsjahr 2009
<b>TOP 3</b>	Beschlussfassung über die Entlastung der Mitglieder des Vorstands
<b>TOP 4</b>	Beschlussfassung über die Entlastung der Mitglieder des Aufsichtsrats
<b>TOP 5</b>	Beschlussfassung über die Billigung des Systems zur Vergütung der Vorstandsmitglieder
<b>TOP 6</b>	Beschlussfassung über die Wahl eines Aufsichtsratsmitglieds
<b>TOP 7</b>	Beschlussfassung über die Ermächtigung zum Erwerb und zur Verwendung eigener Aktien sowie zur Möglichkeit des Bezugs- und des Andienungsrechtsausschlusses
<b>TOP 8</b>	Beschlussfassung über die Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien unter Einsatz von Derivaten sowie zur Möglichkeit des Bezugs- und des Andienungsrechtsausschlusses
<b>TOP 9</b>	Beschlussfassung über die Ermächtigung zur Ausgabe von Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen mit der Möglichkeit des Bezugsrechtsausschlusses und über die Aufhebung des Bedingten Kapitals 2005, die Schaffung eines neuen bedingten Kapitals (Bedingtes Kapital 2010) sowie die entsprechende Satzungsänderung
<b>TOP 10</b>	Beschlussfassung über die Änderung der §§ 6 (Anmeldung zur Hauptversammlung) und 7 (Stimmrechtsausübung durch Bevollmächtigte) der Satzung
<b>TOP 11</b>	Beschlussfassung über die Änderung des § 6 der Satzung (Mitteilungen für die Aktionäre)

28.04.2010 22

© 2010

Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft  
Königinstraße 107  
80802 München  
www.munichre.com

**Verantwortlich für den Inhalt**

Group Reporting  
Group Communications

**Anmerkung der Redaktion**

In Veröffentlichungen von Munich Re verwenden wir in der Regel aus Gründen des Leseflusses die männliche Form von Personenbezeichnungen. Damit sind grundsätzlich – sofern inhaltlich zutreffend – Frauen und Männer gemeint.

**Druck**

Druckerei Fritz Kriechbaumer  
Wettersteinstraße 12  
82024 Taufkirchen/München

**Service für Anleger und Analysten**

Wenn Sie allgemeine Fragen zur Aktie der Münchener Rück haben, nutzen Sie bitte unsere Aktionärshotline:  
Telefon: +49 89 3891-2255  
E-Mail: shareholder@munichre.com

Als institutioneller Investor oder Analyst wenden Sie sich bitte an unser Investor-Relations-Team:

Christian Becker-Hussong  
Telefon: +49 89 3891-3910  
Fax: +49 89 3891-9888  
E-Mail: ir@munichre.com

**Service für Medien**

Journalisten informiert Media Relations:  
Johanna Weber  
Telefon: +49 89 3891-2695  
Fax: +49 89 3891-3599  
E-Mail: presse@munichre.com

Treibhausgas-Emissionen, die bei der Papierherstellung dieses Geschäftsberichts anfallen, werden über die Klimaneutralitätsstrategie von Munich Re ausgeglichen.



**Mixed Sources**

Product group from well-managed forests, controlled sources and recycled wood or fibre  
www.fsc.org Cert no. GFA-COC-001511  
© 1996 Forest Stewardship Council

## Termine 2010

- // **28. April 2010:** Hauptversammlung
- // **29. April 2010:** Dividendenzahlung
- // **7. Mai 2010:** Zwischenbericht  
zum 31. März 2010
- // **4. August 2010:** Zwischenbericht  
zum 30. Juni 2010
- // **4. August 2010:** Halbjahres-Pressekonferenz
- // **9. November 2010:** Zwischenbericht  
zum 30. September 2010

## Termine 2011

- // **10. März 2011:** Bilanzpressekonferenz  
zum Konzernabschluss 2010
- // **20. April 2011:** Hauptversammlung
- // **21. April 2011:** Dividendenzahlung
- // **9. Mai 2011:** Zwischenbericht  
zum 31. März 2011
- // **4. August 2011:** Zwischenbericht  
zum 30. Juni 2011
- // **4. August 2011:** Halbjahres-Pressekonferenz
- // **8. November 2011:** Zwischenbericht  
zum 30. September 2011