



# Geschäftsbericht 2006

Euler Hermes, der Partner für das Wachstum Ihres Unternehmens

# Inhaltsverzeichnis

Interview Clemens von Weichs	02
Vorwort Jean-Philippe Thierry	04
Unternehmensführung	05
Kennzahlen	06
2006 im Rückblick	08

## Unser Kerngeschäft die Kreditversicherung

Eine solide und marktführende Gruppe	10
Risikokompetenz – ein nicht alltägliches Know-how	14

## Eine Gruppe von Weltformat

Eine Strategie internationalen Zuschnitts	16
Internationales Panorama der Gruppe	20

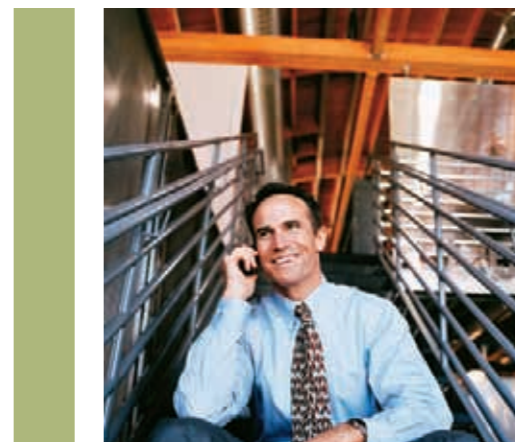
## Kundenzufriedenheit als Motor des Wachstums

Ein maßgeschneiderter und flexibler Service	22
Der Kunde im Mittelpunkt unserer Strategie	26

## Nachhaltigkeit und Solidarität als Eckpfeiler der Entwicklung

Eine neue Philosophie für die Personalentwicklung	28
Die soziale Verantwortung der Gruppe	31
Eine dauerhafte Partnerschaft mit unseren Kunden und Aktionären	32

Konzernbilanz und G+V-Rechnung	34
Standorte Euler Hermes	36



# Euler Hermes,

## der Partner für das Wachstum Ihres Unternehmens

Mit ihrer Präsenz in 49 Ländern und einem Marktanteil von 35,75 % ist Euler Hermes Weltmarktführer im Kreditversicherungsgeschäft\*. Die Gruppe bietet ihren Kunden ein dreistufiges Servicepaket: Risikoprävention, Inkasso von Forderungen und Entschädigung von Forderungsausfällen. Dank der Überwachung der Wirtschafts- und Finanzlage von über 40 Millionen Unternehmen weltweit besitzt Euler Hermes ein einzigartiges Risiko-Know-how zur Absicherung der geschäftlichen Entwicklung ihrer Kunden, seien es multinationale Konzerne oder KMU. Als Tochtergesellschaft der AGF und Unternehmen der Allianz besitzt Euler Hermes die erforderliche Kapitalstärke, um ihre Kunden langfristig zu begleiten.

\* Quelle: ICISA – Euler Hermes

## „ Wir streben eine langfristige Partnerschaft mit unseren Kunden an “

Clemens von Weichs, Vorsitzender des Vorstands von Euler Hermes, zieht die Bilanz des Geschäftsjahres 2006 und erläutert, warum Servicequalität und Innovation die Eckpfeiler der Strategie der Gruppe sind.

### Wie sieht Ihre Bilanz des Geschäftsjahres 2006 von Euler Hermes aus?

Clemens von Weichs: Wir haben im Geschäftsjahr 2006 eine Umsatzsteigerung von 4,4 % erzielt. In Westeuropa, auf das 80 % unserer Geschäftstätigkeit entfallen, sind die Umsätze um 1 % gestiegen. In Nordamerika konnten wir unser Umsatzvolumen um nahezu 10 % steigern. In den Schwellenländern wiederum betrug der Zuwachs sogar 25 %. Dem möchte ich hinzufügen, dass unsere Rentabilität sehr zufriedenstellend ist und dass wir unseren Marktanteil stetig steigern; derzeit beträgt er weltweit knapp 36 %.

### Bitte nennen Sie uns die wichtigsten Entwicklungen.

C. v. W.: Vorrang hat auf jeden Fall der Ausbau des Auslandsgeschäfts. Unsere wichtigsten Zielmärkte sind klar definiert: natürlich China und Indien, aber auch Russland, die Türkei und Lateinamerika. Aber damit werden wir uns nicht zufriedengeben, denn durch die Übernahme des Kreditversicherungsgeschäfts von Lumley General Insurance in Australien im Jahr 2006 wollen wir auch auf dem australischen und neuseeländischen Markt Fuß fassen. Daneben werden wir weiterhin sämtliche Möglichkeiten für externes Wachstum, die sich eventuell ergeben, sorgfältig prüfen: In unserem Geschäft

ist internationales Format von vitaler Bedeutung, da wir auf allen Märkten, auf denen sich unsere Kunden engagieren, präsent sein müssen.

Was die Durchdringung unserer Märkte anbelangt, sind noch etliche Wachstumsfelder unerschlossen. Insbesondere müssen wir unsere Anstrengungen zur Akquisition von Kleinunternehmen verstärken. Die erfolgreiche Erschließung dieses Segments erfordert ein umfassendes Angebot an einfachen, maßgeschneiderten und attraktiven Serviceleistungen, den Ausbau unserer Geschäftsbeziehungen zu den Banken und die Identifizierung und Nutzung neuer Vertriebskanäle.

### Wie beurteilen Sie die Servicequalität von Euler Hermes?

C. v. W.: Die Ergebnisse einer 2006 durchgeführten Umfrage zeigen, dass die große Mehrheit unserer Kunden mit unserer Leistung zufrieden ist. Unsere Kundenbindung ist hervorragend, und der Mehrwert, den unsere Kompetenz für unsere Kunden erbringt, wird gemeinhin erkannt. Allerdings müssen wir die Nähe zu unseren Kunden noch verstärken, um ihre Anforderungen und Erwartungen besser berücksichtigen zu können. Aus diesem Grund haben wir 2006 unsere Verträge übersichtlicher gestaltet, so dass sie für unsere Kunden besser verständlich sind.

### Clemens von Weichs

Vorsitzender des Vorstands von Euler Hermes

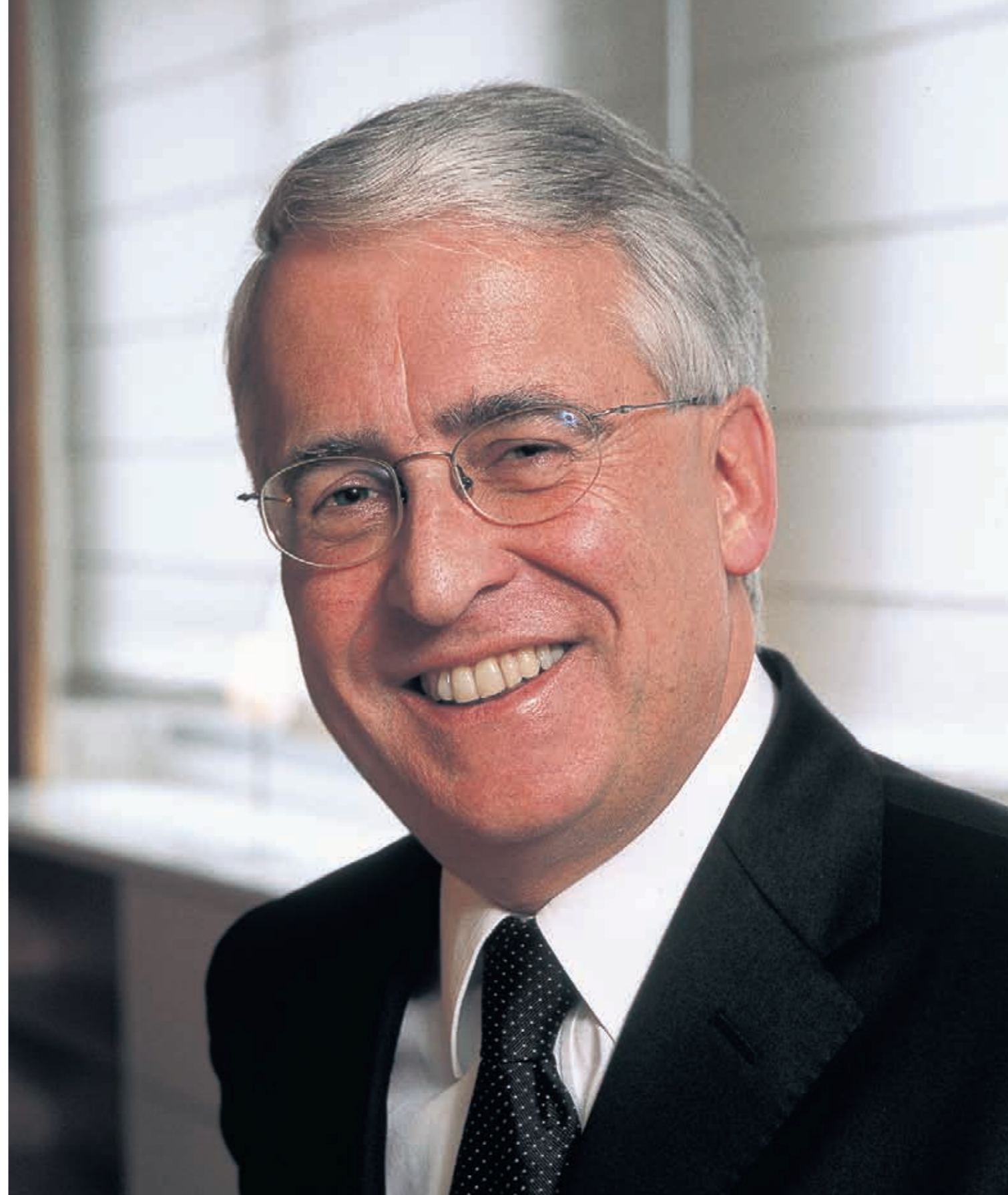
### Geht die Optimierung der Servicequalität auch mit Innovation einher?

C. v. W.: Für die weitere Expansion von Euler Hermes ist es von strategischer Bedeutung, sich als führendes innovatives Unternehmen zu etablieren. Dies erfordert eine Veränderung der Unternehmenskultur. Im Hinblick darauf haben wir 2006 die Initiative „i2s“ (*Ideas to success*)\* gestartet. Ziel ist die Förderung der Kreativität unserer Mitarbeiter zur Optimierung unserer Produkte, Serviceleistungen und Organisationsstruktur.

### Das Engagement der Mitarbeiter ist somit von ausschlaggebender Bedeutung?

C. v. W.: Auf jeden Fall. Es ist unsere Aufgabe, ihnen optimale Möglichkeiten zur vollen Entfaltung ihrer Fähigkeiten zu bieten. Wir müssen Engagement belohnen und den Leistungsträgern Positionen mit größerer Verantwortung anbieten. Unsere Geschäftstätigkeit zeichnet sich durch hohe intellektuelle Anforderungen und ein hohes Maß an Internationalität aus. Wir haben die Chance, uns als wirklich multinationales Unternehmen zu profilieren. Demzufolge müssen wir unsere kulturelle Vielfalt optimal nutzen. Egal aus welchem Land sie kommen, Talente müssen grundsätzlich gefördert und in die Lage versetzt werden, einen konkreten Beitrag zur Expansion von Euler Hermes zu leisten. Dies ist der Schlüssel für unser nachhaltiges Wachstum.

\* *Ideen für den Erfolg*





**Jean-Philippe Thierry**  
Bericht des Aufsichtsratsvorsitzenden

**Gute Vertriebsfolge, eine rigorose Risiko- und Kostenkontrolle und die Stärkung der Kundenbindung haben im Geschäftsjahr 2006 die Steigerung des Umsatzes von Euler Hermes um 4,4 % und des Nettoergebnisses um 14 % ermöglicht.**

2006 setzte die Weltwirtschaft ihre dynamische Entwicklung fort und wuchs um 3,9 %; dieser Zuwachs ist insbesondere auf die starke Nachfrage nach Rohstoffen und das nachhaltige Wirtschaftswachstum in Asien (8,6 % ohne Japan), in Mittel- und Osteuropa (6,2 %) und, wenn auch in geringerem Maß, in Lateinamerika (4,8 %) und den Vereinigten Staaten (3,4 %) zurückzuführen. In der Eurozone, dem nach wie vor wichtigsten Markt der Gruppe, zog das Wachstum ebenfalls an (nach 1,8 % im Vorjahr wuchs die Wirtschaft um 2,6 %), dabei fiel es im Vergleich zu den übrigen Regionen der Welt verhaltener aus.

Vor diesem Hintergrund verzeichnet die Euler Hermes Gruppe im vierten Jahr in Folge sehr gute Ergebnisse. Sie kann auf gute Vertriebsfolge, eine rigorose Risiko- und Kostenkontrolle und auf die Stärkung der Kundenbindung verweisen. Deshalb erzielte Euler Hermes eine reale Umsatzsteigerung um 4,4 % (3,6 % bei unverändertem Konsolidierungskreis) auf 2.012 Millionen Euro, eine Steigerung des Nettoergebnisses um 14 % auf 326 Millionen Euro und eine Eigenkapitalrendite von 18 %.

Sämtliche Unternehmen der Gruppe haben zu dieser guten Leistung beigetragen. Sie haben ihre Vertriebsaktivitäten ausgebaut

und dabei gleichzeitig ihre umsichtige Risiko- und rigorose Kostenkontrolle angesichts des immer schärferen Wettbewerbs fortgesetzt.

Die guten Ergebnisse ermöglichen es Euler Hermes ihre weltweite Führungsposition in der Kreditversicherung, die nun auf einen Marktanteil von 35,8 % gestiegen ist, zu stärken. Die Gruppe konnte diese Position dank ihrer Kompetenz und der zielgerichteten Nutzung von Synergien und *Best Practices* innerhalb der Gruppe und mit ihren Muttergesellschaften erreichen sowie durch die stetige Berücksichtigung der Anforderungen unserer Kunden und die Entwicklung maßgeschneiderter Lösungen.

Der Erfolg von Euler Hermes ist in erster Linie der Leistung und dem Engagement aller Mitarbeiter zu verdanken. Dank ihrer Leistungsbereitschaft und hohen Professionalität konnte der Vorstand eine ehrgeizige Strategie umsetzen, deren Ergebnisse allen zugutekommen. Die Gruppe ist für die Fortsetzung ihrer Expansion bestens gerüstet. Dafür möchte der Aufsichtsrat allen Mitarbeitern sowie dem Vorstand danken und ihnen sein Vertrauen für die weitere Umsetzung dieser ehrgeizigen Strategie im Jahr 2007 aussprechen.



**Vorstand**  
(1. Januar 2007)

- Clemens von Weichs**, Vorstandsvorsitzender (Mitte stehend)
- Michel Mollard**, Vorstandsmitglied (links stehend)
- Dr. Gerd-Uwe Baden**, Vorstandsmitglied (links sitzend)
- Nicolas Hein**, Vorstandsmitglied (rechts sitzend)

**Aufsichtsrat**  
(1. Januar 2007)

**Jean-Philippe Thierry**, Vorsitzender, Präsident-Directeur Général AGF und Mitglied des Vorstands der Allianz SE

**François Thomazeau**, Stellvertretender Vorsitzender, Directeur Général AGF

**Clement B. Booth**, Mitglied des Vorstands der Allianz SE

**Diethart Breipohl**, Mitglied des Aufsichtsrats der Allianz SE

**John Coomber**, Mitglied des Aufsichtsrats der Compagnie Suisse de Réassurance, Swiss Re

**Charles de Croisset**, Verwaltungsratsmitglied

**Robert Hudry**, Verwaltungsratsmitglied

**Yves Mansion**, Verwaltungsratsmitglied und Directeur Général Société Foncière Lyonnaise

**Laurent Mignon**, Directeur Général AGF

**Jean-Hervé Lorenzi**, Präsident der Compagnie Edmond de Rothschild Private Equity Partners

**Leitung der wichtigsten Tochtergesellschaften**  
(1. Januar 2007)

- Belgien**, Jean Luc Louis
- Deutschland**, Dr. Gerd-Uwe Baden
- Frankreich**, Michel Mollard
- Großbritannien**, Richard Webster
- Italien**, Jean-François Bellissen
- Niederlande**, Roland van Malderghem
- Polen**, Eckhard Horst
- Skandinavien**, Lars Gustafsson
- USA**, Paul Overeem

**Transversale Funktionen der Gruppe**  
(1. Januar 2007)

- Philippe Bastié**, Kreditrisiko, Forderungsinakasso
- Denis Blitman**, Informationstechnologie
- Benoît des Cressonnières**, Rückversicherung, Investor Relations, Generalsekretariat
- Jean-François Decroocq**, Risikokontrolle
- Raphaële Hamel**, Unternehmenskommunikation
- Nicolas Hein**, Finanzen, Rechnungswesen
- Louis Hofmeijer**, Vertrieb
- Francis Lallemand**, Revision
- Ludovic Sénécaut**, Strategie
- Elizabeth Sféz**, Personalwesen

# Meilensteine

1893	1917	1918	1927	1929	1989	1992	1996	1998	1999	2000	2002	2003	2004	2005	2006
Gründung der ACI in den Vereinigten Staaten	Gründung der Hermes Kreditversicherung in Deutschland	Gründung der Trade Indemnity in Großbritannien	Gründung der SFAC in Frankreich und der SIAC in Italien	Gründung der COBAC in Belgien	Entstehung der Holding Cie Financière SFAC. Gründung der Royal Nederlandsche Kredietverzekering in den Niederlanden	Erste Kooperationsvereinbarung zwischen SFAC und Hermes	AGF wird Hauptaktionär der Holding Cie Financière SFAC, die in Euler umbenannt wird. Allianz wird Hauptaktionär von Hermes	Allianz kauft die Mehrheitsaktien von AGF	Internationale Kooperationsvereinbarung zwischen Euler und Hermes	Einführung von Euler an der Pariser Börse	Akquisition des Hermes durch Euler	Die neue Gruppe und alle ihre Gesellschaften übernehmen den Namen Euler Hermes	Verkauf der Anteile an Eurofactor (49,09 %) an Crédit Agricole. Fortführung der internationalen Expansion (Finnland, Griechenland, Portugal, Marokko)	Internationale Expansion in Russland, Indien, den Baltischen Staaten und der Türkei	Weiterentwicklung der internationalen Aktivitäten in Irland, Australien, Neuseeland, Argentinien und den Vereinigten Arabischen Emiraten

# Kennzahlen

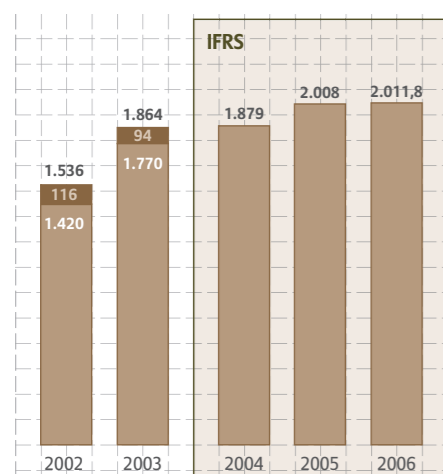
2.012 M€ konsolidierter Jahresumsatz 2006

67,3% Netto-Combined Ratio 2006

5.498 Mitarbeiter weltweit

AA- von Standard und Poor's (seit Juli 2006)

800 Milliarden Euro versichertes Forderungsvolumen



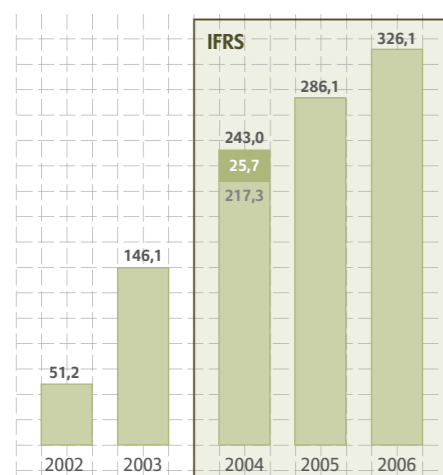
## Konsolidierter Umsatz

IN MILLIONEN EURO

- Factoring
- Kreditversicherung

Der Umsatz stieg um 4,4%\* (3,6% Pro-forma bei gleichbleibendem Wechselkurs). Dieses Umsatzwachstum ist auf die dynamische Geschäftstätigkeit auf den Stammmärkten und die Aktivitäten der Gruppe zur Erschließung neuer Märkte zurückzuführen. Der Umsatz auf den neuen Märkten nahm um durchschnittlich 43,4% (25,6% auf Pro-forma-Basis) zu.

\* Die Umstellung auf die IFRS-Normen führte zu einem geänderten Ausweis der Umsatzzahlen gegenüber 2006: Die an die Versicherten gezahlten Rückerstattungen werden nunmehr von den Prämien in Abzug gebracht und nicht mehr als Aufwendungen für Schadenregulierungen betrachtet.

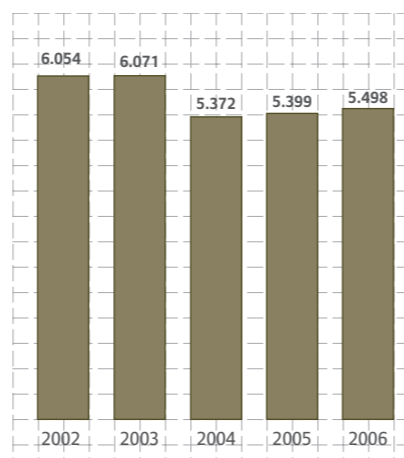


## Nettoergebnis (Konzernanteil)

IN MILLIONEN EURO

- Nettoergebnis unter Berücksichtigung der veräußerten Geschäftsbereiche 2004
- Nettoergebnis ohne Berücksichtigung der veräußerten Geschäftsbereiche

Die hervorragende Entwicklung der Netto-Combined Ratio in Verbindung mit der Stärkung der Kundenbindung leistete einen wesentlichen Beitrag zum Anstieg des Nettoergebnisses (Konzernanteil) um 14%.

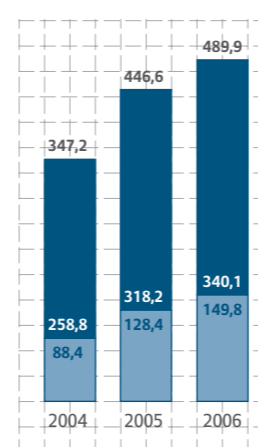


## Anzahl der Beschäftigten\*

PER 31. DEZEMBER

Zum 31. Dezember 2006 war die Anzahl der Beschäftigten leicht gestiegen. Das Verhältnis zwischen weiblichen und männlichen Beschäftigten ist ausgeglichen.

\* Die Belegschaft von assoziierten Unternehmen wurde zu 100% berücksichtigt.

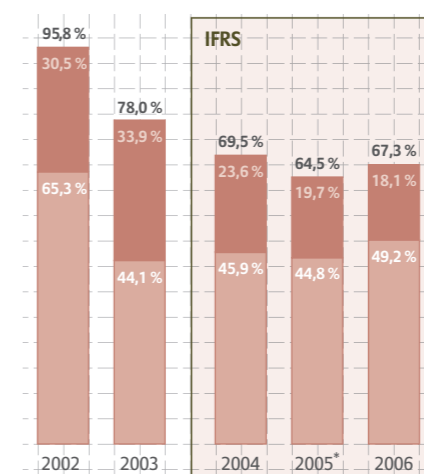


## Operatives Ergebnis

IN MILLIONEN EURO

- Operatives Ergebnis vor Finanzerträgen
- Nettofinanzerträge

Das operative Ergebnis stieg dank des starken Wachstums der gebuchten Nettoprämien infolge der höheren Kundenbindung, der moderaten Schadenquote und der kontrollierten Gemeinkosten um 9,7%. Die positive Dynamik der Finanzmärkte trug dazu bei, dass der Beitrag der Finanzerträge zum operativen Ergebnis ebenfalls stieg.



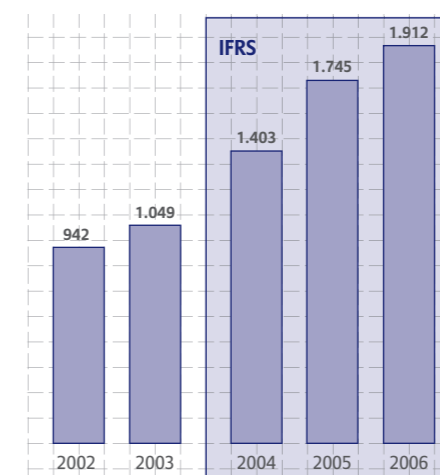
## Netto-Combined Ratio

(IN % DER GEBUCHTEN PRÄMIENEINNAHMEN ABZÜGLICH DES ANTEILS DER RÜCKVERSICHERER)

- Kostenquote
- Schadenquote

Die Verbesserung der Netto-Combined Ratio ist das Ergebnis der rückläufigen Kostenquote dank der strengen Kostenkontrolle und der positiven Entwicklung der Rückversicherungskonditionen. Der Anstieg der Nettoschadenquote ist in der Hauptsache auf den Rückgang der Abwicklungsgewinne aus vorherigen Geschäftsjahren zurückzuführen.

\* Der Ausweis der Zahlen erfuhr zwei Änderungen: Prämienrückerstattungen werden vom Umsatz in Abzug gebracht und nicht mehr als Aufwendungen für Schadenregulierungen betrachtet. Nichtversicherungstechnische Aufwendungen und Erträge mit Ausnahme der Aufwendungen und Erträge für betrieblich genutzte Immobilien sind nicht in der Netto-Combined Ratio enthalten. Die Zahlen des Geschäftsjahres 2005 wurden entsprechend neu ausgewiesen.



## Konsolidierte Eigenmittel

IN MILLIONEN EURO

Hauptsächlich durch das Wachstum des Nettoergebnisses (Konzernanteil) konnte eine Eigenkapitalrendite (RoE) von 18% erreicht werden.

# 2006 im Rückblick

## EINWEIHUNG

### Übernahme des irischen Kreditversicherungsgeschäfts der Allianz

**10. Oktober.** Euler Hermes übernimmt das Kreditversicherungsgeschäft der Allianz Ireland, das einen Jahresumsatz von 10 Millionen Euro vorweist, und eröffnet einen neuen Sitz in Dublin, der vom irischen Minister für Unternehmen, Handel und Arbeit eingeweiht wird. Ein Büro in Belfast betreut die nordirischen Kunden. Das irische BIP ist in den vergangenen Jahren um rund 5 % jährlich gewachsen, Irland zählt damit zu den dynamischen Volkswirtschaften der OECD.



## RATING

### S&P bestätigt das Rating „AA-“ von Euler Hermes

**18. Juli.** Die Ratingagentur Standard & Poor's bestätigt das 2005 an Euler Hermes und ihre wichtigsten Tochtergesellschaften vergebene Rating von „AA-“. „Dieses Rating spiegelt die sehr gute Wettbewerbsposition von Euler Hermes sowie ihre guten Ergebnisse und solide Kapitalausstattung wider“, schreibt Standard & Poor's in der Begründung.



### Die Gruppe verstärkt ihre Präsenz im Pazifikraum

**22. Juli.** Mit der Übernahme des Kreditversicherungsgeschäfts von Lumley General Insurance nimmt Euler Hermes ihre Geschäftstätigkeit in Australien und Neuseeland auf. Der Versicherungsbestand entspricht einem Wert von 7 Millionen australischen Dollar bzw. 4 Millionen Euro. Der gesamte lokale Kreditversicherungsmarkt wird auf 100 Millionen Euro geschätzt. Mit dieser Übernahme verstärkt Euler Hermes ihre Präsenz im Pazifikraum, einer höchst dynamischen Region, die 2006 ein Wirtschaftswachstum von über 5 % verzeichnete.

## STUDIE

### Fundierte Hinweise für Mehrwert durch Kreditversicherung

**6. November.** Das *Credit Management Research Centre* der Universität von Leeds (Großbritannien) hat eine Umfrage bei 2.000 Unternehmen in 10 europäischen Ländern durchgeführt. Aus dieser Umfrage geht hervor, dass die Kreditversicherung einen Beitrag zur Erhaltung der Liquidität und zur Sicherung der Ertragskraft von Unternehmen leistet. Der Umfrage zufolge kann ein kreditversichertes Unternehmen die Kosten für sein Debitorenmanagement um bis zu 1,38 % seines Jahresumsatzes senken. Die finanziellen Vorteile einer Kreditversicherung für ein Unternehmen sind somit erheblich. Auch trägt die Kreditversicherung zur Verbesserung der Beziehungen zu den Geschäftspartnern eines Unternehmens wie Banken und Lieferanten bei.

Credit insurance supports companies' profitable growth

An independent research study of 2,000 businesses in 10 European economies



## INNOVATION

### Zur Förderung der Innovation legt Euler Hermes das Programm „i2s“ auf

**16. Oktober.** Euler Hermes gibt den offiziellen Startschuss für das Allianz Programm *Ideas to success\** (i2s), das die Förderung von Innovationen in allen Konzerngesellschaften zum Ziel hat. Das Projekt richtet sich an sämtliche Mitarbeiter von Euler Hermes und fördert neue und kreative Ideen zur Optimierung der Servicequalität, der Produkte und der Abläufe.

\* Ideen für den Erfolg

## LATEINAMERIKA

### Partnerschaft mit AGF in Argentinien

**1. Januar 2007.** Am 1. Januar 2007, zwei Monate nach der Eröffnung ihres Büro in der Hauptstadt Buenos Aires, hat Euler Hermes ihre Geschäftstätigkeit in Argentinien aufgenommen. Die Gruppe kooperiert dort mit ihrer Muttergesellschaft AGF. Das Büro in Buenos Aires ist bereits die dritte Einheit von Euler Hermes in Lateinamerika.





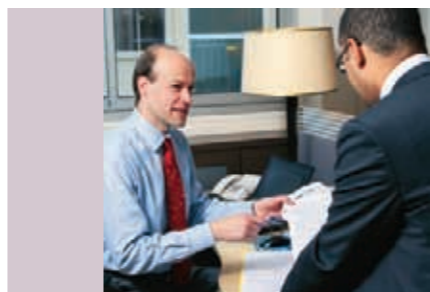
# Unser Kerngeschäft: die Kreditversicherung

## Eine solide und marktführende Gruppe

Durch die Überwachung der Wirtschafts- und Finanzlage von Millionen Unternehmen weltweit unterstützt Euler Hermes ihre Kunden bei der Absicherung ihrer Geschäfte. Das Angebot von Euler Hermes ist dreistufig: Risikoprävention, Inkasso von Forderungen und Entschädigung von Forderungsausfällen.

Die Kreditversicherung spielt durch den Schutz vor Zahlungsunfähigkeit von Lieferanten eine wesentliche Rolle bei der Geschäftsentwicklung von Unternehmen. In der Bilanz kreditversicherter Unternehmen sichert sie den Posten „Forderungen aus Lieferungen und Leistungen“ ab und reduziert damit das Insolvenzrisiko. De facto ist rund ein Viertel aller Unternehmensinsolvenzen auf Zahlungsausfälle von Kunden zurückzuführen. Mit ihrer Präsenz in 49 Ländern und auf allen Kontinenten sowie einem Marktanteil von knapp 36 %\* ist Euler

Hermes Weltmarktführer in der Kreditversicherung. Die Gruppe versichert über 56.000 Kunden, von kleinen und mittelständischen Unternehmen bis hin zu multinationalen Konzernen, gegen Forderungsausfälle. Insgesamt versichert Euler Hermes ein Handelsvolumen im Wert von 800 Milliarden Euro. Um dieser Aufgabe optimal gerecht zu werden, stellt Euler Hermes die Prävention in den Mittelpunkt ihrer Tätigkeit. Die Gruppe hat ein Überwachungsnetz aufgebaut, das die Geschäfts- und Finanzlage von 40 Millionen Unternehmen weltweit analysiert und aus dem aufgrund seines



Umfangs und seiner Qualität umfassende und präzise Informationen extrahiert werden können. Des Weiteren stellt die von Standard & Poor's mit AA- geratete Finanzlage für die Kunden eine Garantie für die Solidität von Euler Hermes dar. 2006 erzielte Euler Hermes einen Umsatz von 2.012 Millionen Euro, was einer Steigerung von 4,4 % entspricht. In Westeuropa, dem Heimatmarkt der Kreditversicherung, wurde ein Plus von 1 % verzeichnet, während die Zuwächse in Nordamerika und den Schwellenländern 10 % bzw. über 25 % betragen.

Ein dreistufiges Angebot für eine risikolose wirtschaftliche Entwicklung Kreditversicherung dient dazu, so weit wie möglich die risikolose wirtschaftliche Entwicklung der versicherten Unternehmen zu gewährleisten. Zu diesem Zweck umfasst sie ein dreistufiges Serviceangebot, das die Zahlungsrisiken abdeckt, die Unternehmen gegenüber ihren Kunden eingehen.

Die Risikoprävention stellt die erste Service-Stufe dar. Dank der permanenten Überwachung von Millionen von Unternehmen verfügen die Euler Hermes

Teams über fundierte Kenntnisse der Wirtschafts- und Finanzlage von Ländern, Branchen und potenziellen Kunden. Anhand dieser Informationen kann Euler Hermes ihre Kunden vor dem Zahlungsausfallrisiko schützen und deren wirtschaftliche Expansion sichern.

Das Forderungsinkasso stellt die nächste Stufe dar und greift, wenn eine Rechnung nicht beglichen wird. In allen Ländern, in denen die Gruppe präsent ist, tritt sie in Verhandlungen mit den säumigen Zahlern. Dabei sind ihre Kenntnisse der lokalen Zahlungssancen und Inkassoverfahren von großem Vorteil. 2006 startete Euler Hermes ein IT-Projekt zur Harmonisierung ihrer Inkassoverfahren weltweit, genannt *Convergence*. Dieses Projekt hat die Umsetzung der in den Tochtergesellschaften identifizierten Best Practices auf Gruppenebene zum Ziel.

Die Entschädigung von Forderungsausfällen schließlich stellt die dritte Service-Stufe dar und greift in Fällen, in denen das Inkasso erfolglos bleibt, also ein Zahlungsausfall konstatiert wird. In diesen Fällen entschädigt Euler Hermes ihre Versicherten gemäß den vertraglich

vereinbarten Bedingungen. Mit dem Vertragsabschluss schützt der Kunde somit seine Liquidität und seine Rentabilität. Die Fähigkeit von Euler Hermes zur Entschädigung bei Forderungsausfällen wird durch die Finanzkraft der Gruppe garantiert, die durch das von Standard & Poor's vergebene Rating von AA- illustriert wird.

Neben diesem dreistufigen Serviceangebot bietet Euler Hermes ihren Kunden eine Vielfalt von Zusatzleistungen: **die Finanzierung von Forderungen**, für welche die Gruppe das Produkt *Eolis Services Premium* entwickelt hat, einen Onlinedienst, mit dem Unternehmen ihren Banken den prozentualen Anteil ihrer kreditversicherten Forderungen Rechnung für Rechnung mitteilen können. **Die Kautionsversicherung** stellt für die Kunden eines Unternehmens eine Alternative zur Bankbürgschaft dar. Schließlich bietet Euler Hermes separat auch den **Forderungseinzug für nicht kreditversicherte Unternehmen** an.

\* Quelle: ICISA – Euler Hermes



## Ausblick

### Spürbarer Rückgang der Unternehmensinsolvenzen

2006 ist die Zahl der Unternehmensinsolvenzen weltweit um 9 % gesunken. Diese positive Entwicklung ist auf das Zusammenspiel zweier Faktoren zurückzuführen: Die Weltwirtschaft hat sich besser als erwartet entwickelt, und die Unternehmensinsolvenzen in den

USA sind um den Rekordwert von 30 % zurückgegangen. In Westeuropa ist die Zahl der Insolvenzen um durchschnittlich 4 % gesunken. In Deutschland wird der Rückgang mit 13 % beziffert und ist in erster Linie dem kräftigen Aufschwung der Exportwirtschaft zu verdanken. In Frankreich war die Insolvenzquote um 4 % rückläufig. Gleichzeitig hat sich das Länderrisiko, mit dem die wirtschaftliche

Unsicherheit und politische Spannungen gemessen werden, nach einer drei Jahre anhaltenden Verbesserung 2006 stabilisiert. Euler Hermes hat den Grade für sechs Länder gesenkt, nämlich für die Ukraine, den Libanon, Island, Iran, Bolivien und die Fidschi-Inseln, während sich fünf andere Länder über eine Verbesserung ihres Grades freuen können: Kamerun, Macau, Bhutan, Uruguay und Südkorea. Insgesamt weist fast die Hälfte aller Länder der Erde

einen der beiden niedrigsten Grades auf einer von 1 bis 6 reichenden Skala auf. Auf diese Länder entfallen 10 % des weltweiten BIP. Für 2007 lassen die Prognosen von Euler Hermes aufgrund der Verlangsamung des Wachstums der Weltwirtschaft auf eine Erhöhung des Länderrisikos schließen. Somit dürften auch die Unternehmensinsolvenzen um 4 % steigen.

# Risikokompetenz – ein nicht alltägliches Know-how

Die Analyse des Insolvenzrisikos durch Euler Hermes beruht auf der permanenten Bewertung des Länderrisikos und der kontinuierlichen Überwachung der Unternehmen vor Ort. Der Aufwand für die Sammlung dieser Informationen zahlt sich durch eine einzigartige Datenbank mit hohem Mehrwert aus.

Die Analyse des Debitorenrisikos stellt die erste Mehrwertkomponente dar, die Euler Hermes ihren Kunden bietet. Als zentrales Element der Kreditversicherung beruht diese Schlüsselkompetenz gleichermaßen auf einem dualen makro- und mikroökonomischen Ansatz. Der erste Schritt dieses Ansatzes bewertet das Länderrisiko vor dem Hintergrund der Globalisierung der Wirtschaft, während in einem zweiten Schritt die Geschäfts- und Finanzlage von ca. 40 Millionen Unternehmen weltweit engmaschig überwacht wird.

Die Bewertung von Länderrisiken  
Die internationale Organisation der

Gruppe spiegelt diese beiden Dimensionen wider. In Paris, London, Hamburg und Baltimore sind mehrere Expertenteams mit dem makroökonomischen Aspekt des Ansatzes befasst. Sie beschäftigen sich mit der Analyse der wirtschaftlichen Entwicklung in den Industrie- und Schwellenländern. Dabei liegt der Schwerpunkt auf der Bewertung der – politischen und sonstigen – Risikofaktoren. Diese Analysen führen zur Vergabe eines Grades für jedes Land, der dessen Risikoniveau anhand einer von 1 bis 6 reichenden Skala einstuft. Ein weiteres Team hat sich auf die Analyse der Wirtschaftsbranchen spezialisiert. Ein drittes, aus Versicherungsmathematikern

bestehendes Team schließlich quantifiziert diese Risiken anhand sämtlicher gesammelter Daten.

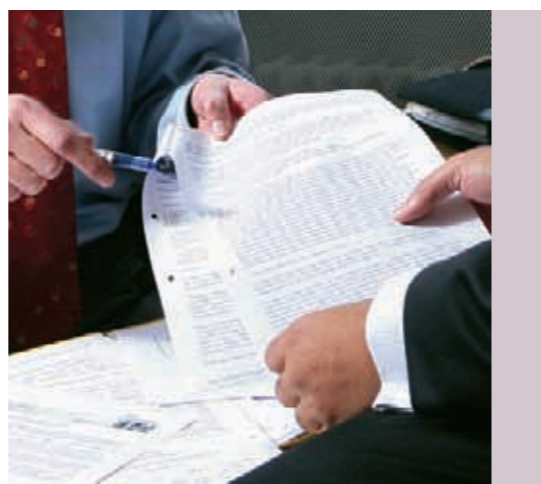
## Eine präzise Analyse des Unternehmenskontexts

Die Analyse der Unternehmen erfolgt so nahe wie möglich am Unternehmenskontext. Dabei stützt sich Euler Hermes auf ein enges Netz aus mehreren Dutzend Risikobüros, die auf allen fünf Kontinenten Daten sammeln und erfassen. 400 Kreditanalysten besuchen die Unternehmen regelmäßig, prüfen deren Rechnungslegungsunterlagen und treffen sich mit Mitgliedern der Geschäftsführung und anderen Entscheidungsträgern. Sie kennen die gesetzlichen Vorschriften und die kulturellen Besonderheiten der Länder, in denen sie tätig sind, und wissen, wie sich diese Besonderheiten auf ihren Zugang zu den Informationen auswirken können. Aus dieser Analyse wird eine „Grade“ genannte Bewertung von 1 bis 10 abgeleitet. Der niedrigste Grade entspricht einem minimalen Insolvenzrisiko. Jeder Grade besitzt unabhängig vom Land oder der Branche die gleiche Aussagekraft hinsichtlich des Risikoniveaus.

**Maßgeschneiderte Kreditentscheidungen**  
Auf Basis der Ergebnisse der Kredit- und der volkswirtschaftlichen Analysen treffen die Kreditprüfer ihre Entscheidungen und bestimmen den Umfang der versicherten Forderungen. Die Kreditprüfer stehen in regelmäßigem Kontakt zu ihren Kunden und erläutern ihnen u. a. die Gründe für ihre jeweilige Kreditentscheidung. Diese Organisationsstruktur hat sich hinsichtlich der Schnelligkeit und Qualität der Antworten als höchst effizient erwiesen: So konnten die Kreditprüfer 2006 bei 75 % der Kreditanträge einen positiven Bescheid geben.

## Verstärkte Präsenz auf neuen Märkten

2006 hat Euler Hermes Büros für Risikoanalyse in den Vereinigten Arabischen Emiraten, Indien, Irland und der Türkei eröffnet. Durch diese Investitionen ist Euler Hermes in der Lage, effizient die lokalen Daten zu erheben, um sie für eine fundierte Kreditprüfung zu verwenden. Das *Risk Business Model* stellt seine Überlegenheit durch kurze Antwortzeiten sowie optimierte Akzeptanzraten unter Beweis.



## Statement eines Mitarbeiters

„Eine auf den Bedarf des Kunden zugeschnittene Betreuung“

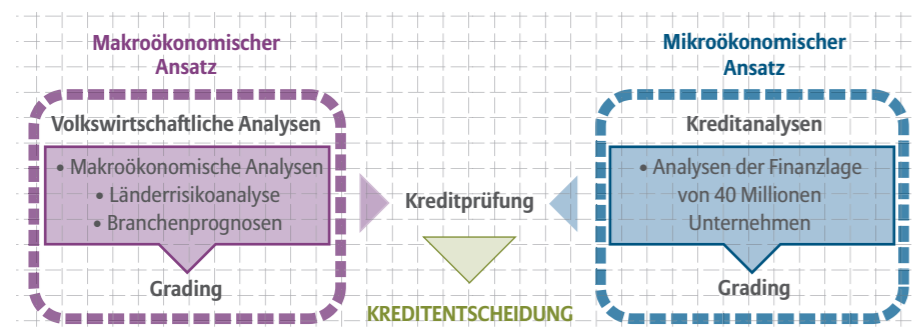
**Das Risk Business Model.** „Dieses Modell fußt auf dem Grundsatz der Nähe zu den Risiken. Unsere Entscheidungen werden auf der Grundlage einer gründlichen Kenntnis des lokalen Umfelds getroffen. Zu diesem Zweck hat Euler Hermes ein globales Netz aus Büros für die Risikoanalyse aufgebaut, die durch eine gemeinsame IT-Plattform miteinander verbunden sind. So sind die von diesen Büros gesammelten Daten auf Gruppenebene jederzeit verfügbar.“

**Der Bereich Risikoanalyse.** „Unsere Kunden erwarten von uns, dass wir sie bei ihrer weltweiten Expansion unterstützen. Aus diesem Grund müssen wir in der Lage sein, ihnen den Versicherungsschutz und die Informationen zu bieten, die sie benötigen, um unter Ausschluss jeglichen überhöhten Risikos Geschäfte mit zahlungsfähigen Kunden tätigen zu können. Diese Hilfe ist für Kunden, die auf risikobehaftete oder wenig transparente bzw. kaum bekannte Märkte exportieren, von grundlegender Bedeutung.“

**Differenzierung.** „Euler Hermes hebt sich durch den Umfang ihres globalen Netzes, die Qualität der bereitgestellten Daten und die Kompetenzen ihrer Kreditprüfer sowie den hohen Integrationsgrad ihrer Systeme vom Wettbewerb ab. Wir sind davon überzeugt, dass ein auf Nähe zum Risiko basierender Ansatz wie der unsere effizienter als eine zentralisierte Vorgehensweise ist.“

**Paul Flanagan,**  
Leiter Risikomanagement bei Euler Hermes Großbritannien

## Mikro- und Makroökonomie zusammenführen



# Eine Gruppe von Weltformat

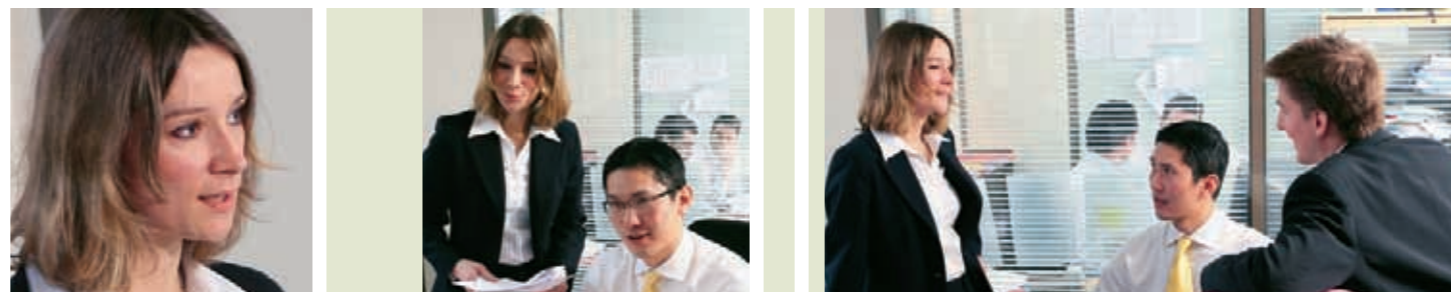
## Eine Strategie internationalen Zuschnitts

Ausgehend von einer starken Präsenz auf ihrem Heimatmarkt Westeuropa hat Euler Hermes ihre Expansion auf allen Kontinenten konsequent vorangetrieben, um die Globalisierung des Handels zu begleiten. Durch diese Strategie ist das Unternehmen in der Lage, durch die Nutzung signifikanter Größenvorteile den Wünschen seiner Kunden gerecht zu werden.

Mit ihrer Präsenz in 49 Ländern auf allen 5 Kontinenten ist Euler Hermes der unangefochtene Weltmarktführer in der Kreditversicherung. Die Gruppe hat ihre Expansion durch die Integration der Marktführer auf den bereits bestehenden Kreditversicherungsmärkten, insbesondere in Westeuropa und Nordamerika, und durch die Gründung von Tochtergesellschaften auf den übrigen Märkten vorangetrieben. Aus diesem Grund ist Euler Hermes auf internationaler Ebene eine enge Vernetzung gelungen, die dem Bedarf der Unternehmen für ihr In- und Auslandsgeschäft optimal Rechnung trägt.

### **Neuen Marktanforderungen Rechnung tragen**

Diese Strategie geht Hand in Hand mit der Globalisierung der Wirtschaft. In den vergangenen Jahrzehnten hat der Welthandel ein stärkeres Wachstum als das weltweite BIP erfahren. Seit 2004 ist der Welthandel sogar doppelt so schnell gewachsen (7 % bis 10 % jährlich). Diese Entwicklung bietet immense Wachstumschancen für Unternehmen, die neue Märkte erschließen möchten, kann aber auch die Risiken für ihr Debitorenmanagement erhöhen. Die Unternehmen müssen sich permanent an neue Handelsbedingungen und wirtschaftliche



Gegebenheiten anpassen, mit denen sie nicht vertraut sind. Zur Absicherung dieser Risiken wird Euler Hermes überall dort aktiv, wo ihre Kunden sind. Dadurch trägt die Gruppe zur sicheren Abwicklung des Handels und folglich auch zu einem rentablen und nachhaltigen Wachstum bei.

#### Umsetzung einer Strategie des effizienten Wachstums

Gleichzeitig verfolgt die Wachstumsstrategie von Euler Hermes eine der Branche ganz eigene Logik. So ist die Kreditversicherung eine Branche, in der Größenvorteile ausschlaggebend sind und eine kritische Größe Voraussetzung für Effizienz und Rentabilität ist. Aufbau und Pflege einer eigenen hochwertigen Datenbank von über 40 Millionen Unternehmen erfordern umfangreiche Analysekapazitäten und verursachen hohe Fixkosten. Durch einen globalen Ansatz zahlt sich dieser Rechercheaufwand aus, denn dieselben

Informationen können für alle Kunden genutzt werden, die dasselbe Risiko versichern.

#### Wachstumsmärkte

In Westeuropa, dem Heimatmarkt von Euler Hermes, wächst das Umsatzvolumen, entsprechend dem BIP, in der Größenordnung von 2 % bis 3 % jährlich. Dort erzielt die Gruppe 80 % ihres Umsatzes und ist als unangefochtener Marktführer positioniert, so dass Größenvorteile die automatische Folge sind. Dieser sehr rentable Markt finanziert die Expansion der Gruppe auf den Wachstumsmärkten, auf die 2006 knapp 10 % des Umsatzes entfielen und die jährlich zweistellige Zuwachsraten verzeichnen.

Neben den Vereinigten Staaten sind als Wachstumsmärkte Brasilien, Mexiko, China, Indien, Russland und die Türkei zu nennen. In den letztgenannten vier Ländern hat Euler Hermes 2005 ihre

Geschäftstätigkeit aufgenommen. Parallel dazu konsolidiert die Gruppe ihre Führungspositionen in Osteuropa und baut ihre weltweite Präsenz durch neue Niederlassungen in Dubai und Argentinien im Jahr 2007 sowie durch Übernahmen in Australien, Neuseeland und Irland im gleichen Jahr aus. Damit schafft Euler Hermes eine solide Grundlage für die Betreuung ihrer Kunden bei ihrer Expansion in der ganzen Welt und leistet einen wertvollen Beitrag zum Ausbau des Welthandels.



## Ausblick

### Welthandel in vollem Aufschwung

Der Welthandel verzeichnete 2006 ein Wachstum von 9 %, d.h., er wuchs weitaus stärker als die Weltwirtschaft (3,9 %). Die Dynamik des Welthandels erklärt sich u. a. durch die starke Nachfrage nach Rohstoffen – Rohöl, Erze, Stahl etc. – seitens der asiatischen

Länder. Gleichzeitig investieren die rohstoffexportierenden Länder einen Teil ihrer Zusatzeinnahmen in ausländische Waren. Auch 2006 war Asien mit einer durchschnittlichen Wachstumsrate von 8,2 % (ohne Japan) die Konjunkturlokomotive der Welt. Zugleich zählen die asiatischen Länder mit einem Anstieg ihrer

Exporte von 18 % zu den Gewinnern. Dazu zählen aber auch Deutschland und Japan, denen die starke Nachfrage nach Ausrüstungsgütern zugutekommt. Erwähnenswert ist ferner, dass China 2006 nach Deutschland, aber vor den Vereinigten Staaten, den zweiten Rang unter den Exportnationen belegte. Die Exporte des Landes haben sich innerhalb von fünf Jahren vervierfacht. Auch die Länder Mittel- und Osteuropas haben sich mit Exportzuwächsen von über 10 % und einem Wirtschaftswachstum von

durchschnittlich 5,6 %, das unter dem der asiatischen Länder liegt, sich aber dynamischer als das Lateinamerikas (4,3 %), der Vereinigten Staaten (3,4 %) und vor allem der Länder der Eurozone (2,4 %) darstellt, einen Stammplatz unter den Global Players erobert. Abgesehen von Deutschland hatten die Länder der Eurozone allerdings unter der Verlangsamung des Preisanstieges für Industrieerzeugnisse zu leiden, auf die nach wie vor drei Viertel des Warenhandels entfallen.

# Internationales Panorama der Gruppe



Obwohl Euler Hermes nach wie vor 80 % ihres Umsatzes in Westeuropa erzielt, verzeichnet die Gruppe in Nordamerika und in ihren neuen Märkten derzeit zweistellige Zuwachsraten, die auch in den kommenden Jahren zu erwarten sind.

**Westeuropa.** Diese Region, auf die vier Fünftel des weltweiten Kreditversicherungsmarkts entfallen, stellt den Heimatmarkt von Euler Hermes dar. Dort nimmt die Gruppe mit einem Umsatz von 1,60 Milliarden Euro mittlerweile eine Führungsposition ein. 2006 verzeichnete Euler Hermes trotz schwieriger makroökonomischer Rahmenbedingungen in den großen Volkswirtschaften und trotz des harten Wettbewerbs auf dem Kreditversicherungsmarkt eine Umsatzsteigerung von 3,1 %. Euler Hermes sichert ihre Rentabilität durch eine Optimierung ihrer Servicequalität bei gleichzeitiger Intensivierung der

Marktabdeckung. So erwarb die Gruppe 2006 das Kreditversicherungsgeschäft von der irischen Allianz Gesellschaft.

**Mittel- und Osteuropa und die Schweiz.** In den neuen Mitgliedstaaten der Europäischen Union, vor allem in Polen, dem größten von ihnen, hat sich Euler Hermes rasch und gut etabliert. Obwohl der in diesen Regionen erzielte Umsatz mit etwas mehr als 100 Millionen Euro noch relativ niedrig ist, entwickelt er sich sehr dynamisch und stieg 2006 um rund 20 %. Weiter im Osten stellt Russland einen der wichtigsten Zielmärkte von Euler Hermes dar. Dort hat die Gruppe 2005 mit

Unterstützung durch ihren russischen Partner Rosno, eine Tochtergesellschaft der Allianz, ihre Geschäftstätigkeit aufgenommen. In der Schweiz konnte Euler Hermes im letzten Jahr die Marktführerschaft erlangen.

**Nordamerika.** Der lange Zeit als transatlantischer Nischenmarkt erachtete US-amerikanische Kreditversicherungsmarkt hat in den letzten Jahren an Attraktivität gewonnen. Die Vereinigten Staaten und Kanada stellen mittlerweile den fünftgrößten Markt von Euler Hermes dar, auf dem 2006 ein Umsatz von 215 Millionen USD erzielt wurde. Euler Hermes ACI, ihres Zeichens älteste Kreditversicherungsgesellschaft der Welt, hält einen Marktanteil von 36 % und erzielte ein durchschnittliches jährliches Wachstum von 10 %, was im Wesentlichen auf den Ausbau des Vertriebsnetzes und die Einführung neuer Serviceleistungen im Jahr 2006 zurückzuführen ist.

**Lateinamerika.** In dieser Region ist die Kreditversicherung eine noch relativ neue Branche. In Mexiko und Brasilien

ist Euler Hermes seit 2002 bzw. 2003 präsent und hat einen wertvollen Beitrag zum Aufbau dieser Märkte geleistet. Heute erntet das Unternehmen mit einer Wachstumsrate von rund 20 % jährlich bzw. einem Umsatz von 15 Millionen USD für 2006 die Früchte dieser Aufbauarbeit. Im Januar 2007 ist die Gruppe in Partnerschaft mit ihrer Muttergesellschaft AGF auch in Argentinien an den Start gegangen. Somit deckt Euler Hermes 80 % des lateinamerikanischen Wirtschaftsraums ab.

**Asien-Pazifik-Raum.** In Hongkong und Singapur ist Euler Hermes seit langem präsent. Beide Metropolen dienen als Brückenkopf zur Betreuung der Kunden in Asien. 2005 hat die Gruppe mit Unterstützung durch die Allianz Büros in China und in Indien eröffnet, den zwei Wirtschaftsgiganten, welche allmählich die Vorzüge der Kreditversicherung entdecken. Obwohl sich der gesamte asiatische Kreditversicherungsmarkt nach Gruppenmaßstab noch in einem frühen Entwicklungsstadium befindet, wird auf dem Kontinent ein rasches Wachstum des Umsatzes verzeichnet, der 2006 um 24 % auf 24 Millionen Euro stieg. Im Pazifikraum ist die Gruppe 2006 in Australien und Neuseeland an den Start gegangen.

## Kundeninterview

DAIMLERCHRYSLER AUTOMOTIVE

„Euler Hermes hat ihre Versicherungspolicen an die Anforderungen der Kunden angepasst“

**Was hat DaimlerChrysler Automotive Polska veranlasst, die Serviceleistungen von Euler Hermes in Anspruch zu nehmen?**

Der erste Aspekt waren das Renommee und die Größe von Euler Hermes in Polen, denn diese stehen für die umfangreiche Erfahrung und das unübertroffene Know-how im Kreditversicherungsgeschäft. Des Weiteren stellte sich das Angebot von Euler Hermes im Vergleich zum Wettbewerb extrem flexibel und leicht verständlich dar. Auch bot uns Euler Hermes eine individuelle Betreuung unserer verschiedenen Tätigkeitsbereiche an. Last, but not least spielte die Tatsache, dass Euler Hermes in etlichen Regionen der Welt Partner von DaimlerChrysler ist, eine nicht unerhebliche Rolle.

**Welche Serviceleistungen benötigen Sie?**

Wir benötigen eine Versicherungspolice, die auch das Forderungsinkasso beinhaltet. Allerdings darf das Inkassoverfahren nur mit unserer Zustimmung und in einer Form eingeleitet werden, die im Einklang mit unserer Unternehmenskultur steht.

**Was haben Sie von Euler Hermes erwartet?**

DaimlerChrysler bietet ihren Kunden Produkte und Serviceleistungen von Spitzenqualität an. Das Gleiche erwarten wir zu Recht von unseren eigenen Geschäftspartnern. Im speziellen Fall der Kreditversicherung und des Forderungseinzugs hat uns die von Euler Hermes angebotene Servicequalität überzeugt, denn die Police wurde maßgeschneidert an unsere spezifischen Anforderungen angepasst, und für jede einzelne zu erbringende Serviceleistung wurden besonders kompetente Mitarbeiter bereitgestellt.

**Rafał Perzanowski,**  
Leiter Kreditrisiko und Liquiditätsmanagement  
DaimlerChrysler Automotive Polska Sp. z o.o.

## Neue Niederlassungen zur Erschließung neuer Märkte

2006 hat Euler Hermes den Ausbau ihres weltweiten Netzes konsequent vorangetrieben. In Westeuropa, wo das Vertriebsnetz bereits sehr engmaschig gewoben ist, hat die Gruppe eine neue Tochtergesellschaft in Irland erworben und im schweizerischen Lugano ein neues Büro eröffnet. Allerdings entfällt der Großteil der Investitionen weiterhin auf die Märkte der Schwellenländer. 2006 hat die Gruppe in Dubai ihre erste Niederlassung im Mittleren Osten eröffnet. In Lateinamerika hat sie ihr Vertriebsnetz in Monterrey, Mexiko, und in Porto Alegre, Brasilien, erweitert. Anfang 2007 wurde die erste argentinische Niederlassung in der Hauptstadt Buenos Aires in Betrieb genommen. In Australien und Neuseeland hat Euler Hermes 2006 das Kreditversicherungsportfolio eines Versicherungsunternehmens übernommen.

# Kundenzufriedenheit als Motor des Wachstums

## Ein maßgeschneiderter und flexibler Service

Als multinationales Unternehmen entwickelt Euler Hermes sowohl lokale als auch globale Ansätze. Zur Gewährleistung einer einheitlichen Servicequalität weltweit hat die Gruppe eine gemeinsame Infrastruktur und IT-Systeme aufgebaut. Gleichzeitig finden lokale Besonderheiten Berücksichtigung, wobei die Angebote so gut wie möglich auf die Bedürfnisse der Unternehmen ausgerichtet sind.

Die Kreditversicherung richtet sich an Unternehmen jeder Größe. So reicht der aus 56.000 Unternehmen bestehende Kundenstamm von Euler Hermes von multinationalen Konzernen bis hin zu KMUs und Kleinunternehmen. Euler Hermes hat stets ein offenes Ohr für die Wünsche ihrer Kunden und hat ihr Angebot deshalb so strukturiert, dass es die Größe und organisatorische Struktur der Kunden sowie das Risikoniveau jeweils angemessen berücksichtigt.

**Die Antwort auf globale Fragestellungen**  
Für Unternehmen von internationalem Zuschnitt hat Euler Hermes eine globale Police, die World Policy, entwickelt, die

maßgeschneidert an die Bedürfnisse der Kunden angepasst werden kann. Diese 2004 eingeführte Police wird inzwischen von sämtlichen Tochtergesellschaften der Gruppe angeboten. Mit der World Policy kommen die versicherten Unternehmen unabhängig von ihrem Ursprungsland in den Genuss der Vorzüge einer zentralen Vertragsverhandlung sowie der Beratung und Betreuung durch einen einzigen Ansprechpartner, der für den globalen Vertrag verantwortlich zeichnet. Diese individuelle Gestaltung der Geschäftsbeziehung steht für den erklärten Willen von Euler Hermes zur kontinuierlichen Optimierung von Kundenorientierung und Servicequalität.



**Ein auf lokale Besonderheiten zugeschnittenes Angebot**

Kleinen Unternehmen bringt Euler Hermes die gleiche Aufmerksamkeit entgegen wie großen und hat für sie ihr Serviceangebot im Hinblick auf einen genauso hohen Mehrwert passgenau zugeschnitten. Die Gestaltung der Vertragsinhalte wird durch die lokalen Tochtergesellschaften so kundengerecht wie möglich vorgenommen und berücksichtigt dabei ebenso die Besonderheiten und Anforderungen des jeweiligen Landes. Dabei liegen die Schwerpunkte auf möglichst einfachen Abläufen, unkomplizierten rechtlichen Erläuterungen und der Möglichkeit einer Online-Prämienberechnung. Das zunächst in Westeuropa entwickelte Leistungsangebot für KMU wird schrittweise auf die übrigen Regionen der Welt ausgedehnt.

**Weltweite homogene Servicequalität**

Unabhängig von der Größe eines versicherten Unternehmens ist Euler Hermes in der Lage, weltweit einen gleichermaßen hohen Service zu bieten.

Zu diesem Zweck hat die Gruppe einheitliche Verfahren definiert und implementiert, mit welchen die Kreditanträge rasch bearbeitet, die Policen online effizient verwaltet und schon bald die Schaden- und Inkassoabläufe ebenfalls optimal bearbeitet werden.

**IRP, ein leistungsfähiges Informationssystem**

Die Analyse und Steuerung der Risiken beruhen auf einem integrierten Informationssystem namens IRP (Information, Risk, Policy), das seit 2002 schrittweise in allen Tochtergesellschaften der Gruppe implementiert wurde. In den IRP-Datenbanken sind sämtliche Daten der von Euler Hermes analysierten 40 Millionen Unternehmen gespeichert und werden vom System mittels leistungsfähiger Analysetools ausgewertet. Die Tatsache, dass 80 % der Kreditanträge innerhalb von 48 Stunden entschieden werden, hat die Gruppe auch IRP zu verdanken.

2006 wurde das System in Deutschland, dem größten nationalen Markt von Euler Hermes, implementiert; dies markierte einen wichtigen Meilenstein bei der Konsolidierung des Geschäftsmodells auf Gruppenebene. 2006 wurde IRP ebenfalls in der Schweiz eingeführt. Im Januar 2007 folgten Schweden, Norwegen, Dänemark, Finnland und Island. Polen, die Slowakische Republik und die baltischen Länder sowie die neuen Tochtergesellschaften in Irland, Australien und Neuseeland werden als Nächstes an die Reihe kommen. Bis Ende 2007 wird IRP in sämtlichen Business-Units implementiert sein, dadurch wird Euler Hermes Wettbewerbsvorteile nutzen und ihren Kunden eine noch bessere Servicequalität bieten.

**Eolis, Synonym für Kundennähe**

Zur Vereinfachung und Beschleunigung der Kommunikation mit ihren Kunden hat Euler Hermes ein Online-Tool namens Eolis zur elektronischen Verwaltung von Versicherungsverträgen entwickelt. Per Internetverbindung können die Versicherungsnehmer ihre versicherten Risiken jederzeit einsehen und Kreditanträge online stellen.

**Convergence, ein Projekt für Schaden- und Inkassodienstleistungen**

In den Bereichen Schadenabwicklung und Inkasso hat Euler Hermes 2006 das Projekt Convergence gestartet, dessen Ziel die Harmonisierung der Verfahren sämtlicher Tochtergesellschaften ist. Diese Verfahren sind stark vom gesetzlichen Umfeld und den lokalen Besonderheiten geprägt. Zunächst werden die verschiedenen Verfahren durch Convergence aufeinander abgestimmt. In einem zweiten Schritt werden die neuen Leitlinien in ein einheitliches IT-System, welches das Pendant von IRP auf dem Gebiet des Forderungseinzugs bilden wird, aufgenommen. Angestrebt wird die erste Implementierung 2008 in Deutschland.



nehmen besitzen. 83 % der befragten Unternehmen erklärten, dass sie ihren Kunden Zahlungsziele einräumen. Den Anteil der Debitoren an der Aktivseite ihrer Bilanz bezifferten sie mit 30 % bis 35 %. Dies ist umso gravierender, als 98 % der Umfrageteilnehmer angaben, gelegentlich von der schlechten Zahlungsmoral ihrer Kunden in Mitleidenschaft gezogen zu werden. Zur Verringerung der Risiken ziehen 64 % der Unternehmen einen Dritten zur Analyse ihres Debitorenrisikos heran.

nichtversicherten Unternehmen nur 34 % waren. Der durchschnittliche Darlehenszins, den kreditversicherte Unternehmen entrichten mussten, lag bei 3,5 %, während er bei Unternehmen ohne Kreditversicherung mit 3,95 % zu Buche schlug. Schließlich können kreditversicherte Unternehmen selbst in 90 % der Fälle einen Lieferantenkredit in Anspruch nehmen, während dieser nichtversicherten Unternehmen nur in 73 % der Fälle gewährt wurde.

In dieser Hinsicht unterstreichen die Umfrageergebnisse die Vorteile, die die Kreditversicherung mit sich bringt. Sie verringert nicht nur das Risiko des Zahlungsausfalls, sondern erleichtert auch den Zugang zu Bankkrediten: 49 % der kreditversicherten Unternehmen erhielten 2005 einen Bankkredit, während es bei den

Die Umfrage ergab, dass ein kreditversichertes Unternehmen die Kosten für sein Debitorenmanagement um bis zu 1,38 % seines Jahresumsatzes senken kann. Somit wirkt sich die Kreditversicherung eindeutig positiv auf die Finanzlage eines Unternehmens aus und trägt gleichzeitig zur Verbesserung der Beziehungen zu seinen Geschäftspartnern bei.

# Ausblick

**Kreditversicherung: Auswirkungen auf das Wachstum von Unternehmen**

Das Credit Management Research Centre der Universität von Leeds (Großbritannien) hat 2006 eine Umfrage bei 2.000 Unternehmen in 10 europäischen Ländern zur Analyse ihrer Verfahren bezüglich des

Debitorenmanagements und der Auswirkungen der Kreditversicherung auf ihre Geschäftstätigkeit durchgeführt.

In erster Linie bestätigen die Ergebnisse der Umfrage den hohen Stellenwert, den Debitoren im Finanzmanagement der Unter-

# Der Kunde im Mittelpunkt unserer Strategie



Die Zufriedenheit ihrer Kunden besitzt für Euler Hermes oberste Priorität. Euler Hermes strebt echte Partnerschaften mit den Unternehmen, die ihre Serviceleistungen in Anspruch nehmen, sowie die weitere Optimierung der mit 90 % bereits sehr guten Kundenbindung an.

2006 hat Euler Hermes eine internationale Umfrage bei 3.893 ihrer Kunden durchgeführt. Aus den Ergebnissen geht hervor, dass die Kundenzufriedenheit seit der letzten Umfrage aus dem Jahr 2004 von 75 % auf 81 % gestiegen ist. Des Weiteren erklärten 81 % der Kunden, das vielfältige Serviceangebot von Euler Hermes weiterempfehlen zu wollen, während 2004 dies nur 67 % taten. Die Frage zur Art ihrer Beziehung zu Euler Hermes beantwortete die Mehrheit der Befragten mit „guter Dienstleister“. Euler Hermes will diesen Ansatz noch weiterentwickeln und eine echte Partnerschaft mit ihren Kunden aufbauen.

**Die Innovationskultur fördern**  
2006 hat Euler Hermes mit der Unterstützung der Allianz eine dauerhafte Initiative zur Förderung der Innovation gestartet. Mit Hilfe dieser Initiative soll Euler Hermes ein Unternehmen mit höchster Innovationskraft werden und als solches auch von seinen Kunden und dem Markt wahrgenommen werden, um ihre Position als weltweit unangefochtene Nummer 1 der Kreditversicherung zu konsolidieren. Die auf dem Projekt i2s („*Ideas to success*“\*) basierende Initiative fußt auf der Beteiligung der Mitarbeiter mittels spontan oder im Rahmen von

Ideenwettbewerben eingereichter Verbesserungsvorschläge. Eine erste Kampagne zur Förderung der Innovation wurde im Oktober 2006 zum Thema „Wie können wir uns in den Augen der Kunden noch besser vom Wettbewerb abheben?“ gestartet. Im Rahmen dieser Kampagne wurden 600 Vorschläge eingereicht. Die Bewertung dieser Vorschläge und damit die Fortsetzung der Innovationsförderung werden eine allmähliche Veränderung der Unternehmenskultur der Gruppe bewirken, und so auf lange Sicht zu ihrem Wachstum beitragen.

\* *Ideen für den Erfolg*

## Die Organisation des Vertriebs

Der Vertrieb der Serviceleistungen von Euler Hermes erfolgt über vier Hauptkanäle: unabhängige Makler, die über die Hälfte des Kundenportfolios betreuen, Banken und Versicherungsgesellschaften, die in erster Linie kleine und mittelständische Unternehmen beraten, sowie den eigenen Vertrieb, den Euler Hermes in den vergangenen Jahren aufgestockt hat. So hat sich beispielsweise Euler Hermes USA die Verdopplung ihrer derzeit 150 Vertriebsbeauftragten zum Ziel gesetzt, um die Führungsposition der Gruppe in dieser Region auszubauen. In Europa ist etwa ein Drittel der Mitarbeiter von Euler Hermes im Vertrieb und in der Kundenbetreuung tätig.

## Kundeninterview

LG ELECTRONICS

„Nicht nur ein Versicherer, sondern ein echter Partner“

**Die Entscheidung für Euler Hermes.** „LG Electronics strebte den Ausbau ihrer Geschäftstätigkeit in den Schwellenländern, insbesondere in Russland, an. Euler Hermes hat uns äußerst wichtige Informationen über die russischen Unternehmen geliefert und es uns somit ermöglicht, uns ohne Bedenken auf diesem Markt zu engagieren. Für uns ist Euler Hermes nicht nur ein Versicherer, sondern ein Partner, der uns mittlerweile auch in anderen Ländern wie z. B. den Vereinigten Staaten begleitet.“

**Die Anforderungen.** „LG Electronics hat ihre Kreditversicherungspolitik global ausgelegt, um die Verfahren aller ihrer Tochtergesellschaften zu rationalisieren. Die bei Euler Hermes gezeichnete World Policy hat diese Harmonisierungsarbeit vereinfacht und gewährt gleichzeitig die für die lokalen Besonderheiten erforderliche Flexibilität. Ferner kommen wir dank unserer Kreditversicherung in den Genuss besserer Konditionen für Fremdfinanzierungen.“

**Die Servicequalität.** „Euler Hermes verfügt über eine integrierte Datenbank, die uns eine hohe Versicherungsdeckung ermöglicht. Die Gruppe versteht die Sprache und die Kultur unserer Tochtergesellschaften. Gleichzeitig erfolgt die Kreditgewährung unter Umständen auf zentraler Ebene. Somit hat sich Euler Hermes als lokaler Partner mit globaler Kompetenz erwiesen.“

**Daniël Göbel,**  
Leiter Versicherungs- und Risikomanagement, LG Electronics

# Nachhaltigkeit und Solidarität als Eckpfeiler der Entwicklung

## Eine neue Philosophie für die Personalentwicklung

Da Einsatz und Kompetenz der Mitarbeiter eine Schlüsselrolle für den Erfolg eines Unternehmens spielen, hat Euler Hermes 2006 besondere Aktivitäten im Bereich Personal durchgeführt, wobei die Schwerpunkte Schulung, internationale Mobilität und Homogenisierung der Arbeitsmethoden waren.

Das Geschäftsjahr 2006 stellte einen entscheidenden Wendepunkt in der Personalpolitik von Euler Hermes dar. Die Gruppe hat ihre Personalpolitik mit ehrgeizigen Aktivitäten im Rahmen von „Leadership Values“ offensiver gestaltet. De facto spielt der menschliche Faktor in der Kreditversicherung, einer Servicebranche mit hohem Mehrwert, eine ausschlaggebende Rolle. Im Fall von Euler Hermes, einem in 49 Ländern präsenten Unternehmen, muss die Personalpolitik darüber hinaus die Bildung einer echten Unternehmenskultur bei gleichzeitigem Erhalt der kulturellen Vielfalt fördern.

### Drei große Leitlinien

Auf dem Gebiet der Personalpolitik hat sich Euler Hermes drei Hauptziele gesetzt: Förderung der Kompetenz der 5.500 Mitarbeiter, Förderung der kulturellen Vielfalt und Stärkung des Zusammenhalts zwischen den Mitarbeitern der Gruppe. Dies findet seinen Ausdruck u. a. in der intensiven Förderung des Dialogs zwischen den Teammitgliedern und ihren Vorgesetzten, zwischen den verschiedenen Führungsebenen sowie zwischen den Tochtergesellschaften und dem Management der Gruppe. „Management by Objectives“ ist zu einem Standard innerhalb der Gruppe geworden.

## Förderung der „Leadership Values“ der Allianz

Die Allianz Gruppe, zu der Euler Hermes über ihre Muttergesellschaft AGF gehört, hat sich fünf „Leadership Values“ verschrieben. Zur dauerhaften Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der Gruppe gilt es,

- die Strategie konsistent zu vermitteln,
- die Leistungskultur zu stärken,
- den Fokus auf die Kunden zu richten,
- die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu fördern,
- auf Vertrauen und Feedback zu bauen.

Diese Werte gelten auch für Euler Hermes. Deshalb haben die Mitarbeiter diese aufgrund der internationalen Dimension und der großen Vielfalt der Euler Hermes Gruppe bereits verinnerlicht. Vertrauen, Zusammenhalt und Umsetzung gemeinsamer Ziele bilden das solide Fundament für die Arbeit einer international präsenten und zugleich dezentral organisierten Gruppe. Sie sind der Schlüssel für den Erfolg des Geschäftsmodells von Euler Hermes.

Des Weiteren werden Programme zur gezielten Förderung von High Potentials aufgelegt. Die Erreichung der gesteckten Ziele misst der Personalbereich anhand von rund 15 alljährlich analysierten Schlüsselindikatoren.

### Ein Schulungsangebot für alle

Euler Hermes hat sich verpflichtet, allen Mitarbeitern Zugang zum Schulungsangebot über die in bestimmten Ländern geltenden gesetzlichen Mindestanforderungen hinaus anzubieten. Mehrere Tochtergesellschaften haben in dieser Hinsicht eigene Ansätze entwickelt. So hat Euler Hermes Belgien eine „*Training Academy*“ zur Förderung der gemeinsamen Nutzung von Kenntnissen im gesamten Unternehmen gegründet. In eine „*Training Academy*“ hat auch Euler Hermes Großbritannien ihr gesamtes Schulungsangebot eingegliedert und ferner ein „*Resource Centre*“ errichtet, das den Mitarbeitern sämtliche für ihre individuelle Förderung benötigten Hilfsmittel bereitstellt. Des Weiteren hat diese Tochtergesellschaft in Zusammenarbeit mit einer renommierten Wirtschaftsakademie vor kurzem ein „*Leadership*“-Programm aufgelegt, das sämtlichen Managern offenstand. Auch auf Gruppenebene wird das Schulungsangebot ausgebaut, z. B. durch nach funktionalen Ebenen (Informationstechnologie, Finanzen, Risikokontrolle etc.) organisierte Seminare zu den Themen „*Teambuilding*“ und „*Management Development*“. In den einzelnen Kompetenzbereichen, insbesondere der Risikoanalyse und der Kreditprüfung, schließen die Schulungen mit der Verleihung eines Zeugnisses (Euler Hermes Zertifikat) als Nachweis für die

erworbenen Kenntnisse ab. 2006 haben 51 Mitarbeiter aus den Risikoabteilungen an diesen Kursen teilgenommen.

Darüber hinaus kommt Euler Hermes in den Genuss des Schulungsangebots der Allianz. 2006 nahmen 45 Führungskräfte an von der Allianz Schulungsakademie angebotenen Veranstaltungen teil, die sich mit so unterschiedlichen Themen wie *Innovation*, *Risk Management*, *Finance*, *Leadership Development*, *International Project Management* und *Operational Excellence* befassten.

### Hoher Stellenwert von Auslandserfahrungen

Leitlinien wurden auch für den Bereich Karriereplanung definiert, um

talentierten Mitarbeitern den Zugang zu Schlüsselpositionen im Unternehmen zu ermöglichen. Die Beförderung auf einen Posten mit hoher Verantwortung erfordert nunmehr den Nachweis von Auslandserfahrung innerhalb der Euler Hermes Gruppe, sei es in Form eines Auslandsaufenthalts oder der Teilnahme an einem internationalen Projekt.

### High Potentials

Das „*Leadership Programme*“ zielt auf die Identifizierung der talentiertesten Mitarbeiter von Euler Hermes ab, die nach Möglichkeit in eigens gebildeten Teams zusammenarbeiten sollen. Mittlerweile gibt die Gruppe zur Entwicklung neuer strategischer Leitlinien und neuer Konzepte internen, aus High Potentials bestehenden Arbeitsgruppen den Vorzug.

## Ausblick

### Förderung der internationalen Mobilität

Euler Hermes, ein im besten Sinne des Wortes multinationales Unternehmen, sieht sich einer großen Herausforderung gegenüber: der Festigung eines noch jungen Unternehmens unter Berücksichtigung seiner kulturellen Vielfalt. Zu diesem Zweck misst der 2006 aufgelegte Aktivitätenplan der internationalen Erfahrung der Mitarbeiter einen hohen Stellenwert bei.

Verstärkt wird auch die Betreuung der ins Ausland entsandten Mitarbeiter. Die entsendende Tochtergesellschaft erstellt für die betreffenden Mitarbeiter einen Betreuungsplan, der die gesamte Entsendedauer einschließlich der Rückkehr umfasst. Die aufnehmende Tochtergesellschaft wiederum unterstützt den entsandten Mitarbeiter bei seiner Integration.

Ferner hat Euler Hermes eine Art Tauschbörse („*Job Swap*“) eingerichtet, die den Mitarbeitern die Arbeit in einer anderen Tochtergesellschaft der Gruppe für einen Zeitraum von zwei bis drei Jahren oder auch nur für einige Monate ermöglicht. Schließlich werden im Rahmen des neuen „*International Junior Programme*“ alljährlich junge Mitarbeiter eingestellt, deren erster oder zweiter Arbeitsplatz sich im Ausland befindet.

# Die soziale Verantwortung der Gruppe

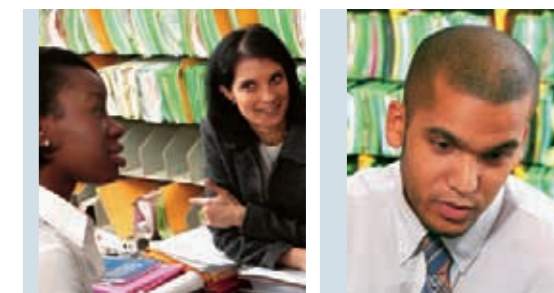
Verantwortung trägt Euler Hermes nicht nur gegenüber ihren Kunden, Mitarbeitern und Aktionären, sondern auch gegenüber der Gesellschaft. Diese Verantwortung findet ihren Ausdruck im Engagement für das gesellschaftliche Umfeld.

Seit der Gründung der Gruppe sind alle Tochtergesellschaften und sämtliche Mitarbeiter zur Initiierung oder Förderung sozialer Aktionen in ihrem unmittelbaren Umfeld aufgerufen. Dieses Engagement bezieht sich in den meisten Fällen auf Hilfe für behinderte und kranke Menschen, auf Kinder oder auch auf die ärmsten der Entwicklungsländer. Nachstehend einige Beispiele für die Aktionen des Jahres 2006.

- Euler Hermes Belgien leistet alljährlich zu Weihnachten eine Spende zur Förderung von Projekten zu Gunsten behinderter Kinder. 2005 hat sie eine Vereinigung zur Förderung der Bildung und Ausbildung behinderter Kinder und junger Erwachsener beim Kauf von Computerausrüstungen unterstützt. 2006 wurde eine Spende an APEDAF geleistet, einen Verband zur Unterstützung hörbehinderter Kinder.
- Im September 2006 hat Euler Hermes Frankreich einen „*Run and Bike*“-Tag in der Nähe von Paris ausgerichtet. An dieser Veranstaltung zur finanziellen Unterstützung von Le Rire Médecin, ein Verein, der Kinder im Krankenhaus mit Spiel- und Unterhaltungsprogrammen betreut und fördert, haben mehrere Dutzend Mitarbeiter teilgenommen.
- In den Vereinigten Staaten haben die Mitarbeiter von EH die Möglichkeit, Kinder im Johns-Hopkins-Krankenhaus von Baltimore mit monatlichen Beträgen, die direkt von ihrem Gehalt abgezogen werden, oder durch eine jährliche Spende zu unterstützen. Einige Mitarbeiter nehmen auch am „*Radiothon*“-Programm des Johns-Hopkins-Krankenhauses teil, dessen Ziel die Sammlung von Geldern zur finanziellen Unterstützung des Krankenhauses ist.

• Im Oktober hat Euler Hermes Ungarn ihre Kunden zu einem von der Stiftung *Children are our lives* in der Budapester Musikakademie organisierten Jazzkonzert eingeladen. Die Stiftung hat die anlässlich dieses Konzerts gesammelten Spenden für den Kauf von Notfallausrüstungen für die Ambulanzen und die Ausstattung der Kinderstation des Szent-László-Krankenhauses zur Verfügung gestellt.

• Seit 2005 arbeitet Euler Hermes Italien mit der AMREF (*African Medical and Research Foundation*, Gesellschaft für Medizin und Forschung in Afrika) mit Sitz in Kenia zusammen. Die beiden Partner haben bisher den Bau eines Brunnens in einem ostafrikanischen Dorf sowie von zwei voll ausgestatteten Klassenzimmern finanziert.



• Euler Hermes Tschechien hat in Partnerschaft mit dem Verein *Hand for Help* Spenden zur Finanzierung einer mobilen medizinischen Versorgungseinheit und einer Ambulanz in den vom Erdbeben des Jahres 2005 betroffenen pakistanischen Regionen gesammelt.

## Statement eines Mitarbeiters

### „Vielfalt optimal nutzen“

„Ich kam 1996 in London als Kreditprüfer zu Euler Hermes, nachdem ich ein Jahr lang bei der Allianz in München gearbeitet hatte. Im Jahr 2000 ging ich nach Hongkong, wo ich ein Netz aus operativen Partnerschaften in den großen Ländern Asiens aufgebaut habe. Im September 2006 bin ich nach Hamburg gewechselt, von wo aus ich die Aktivitäten im Asien-Pazifik-Raum koordiniere, einschließlich der Integration der zuletzt in Australien und Neuseeland übernommenen Unternehmen.“

„Eine der größten Herausforderungen, die gleichzeitig auch eine große Chance für Euler Hermes darstellt, ist die Nutzung der Vielfalt innerhalb des Unternehmens, sei sie geografischer, kultureller oder organisatorischer Natur. Wir müssen die gegensätzlichen Anforderungen und Erwartungen von Personen, welche an ein und dieselbe Aufgabe auf unterschiedliche Weise herangehen, identifizieren und aufeinander abstimmen. Einer der Schlüsselfaktoren für eine globale Strategie ist die Erhaltung der Fähigkeit und der Flexibilität, unsere Tätigkeit permanent neu zu überdenken und anzupassen, um unseren Vorsprung zu halten. Dies geht einher mit der präzisen Analyse der lokalen Märkte.“

### Matthew Ellerton,

Country Manager, International Network Department, Euler Hermes Deutschland

# Eine dauerhafte Partnerschaft mit unseren Kunden und Aktionären

Mit ihren Kunden und Aktionären verbindet Euler Hermes eine auf Dauer angelegte Partnerschaft auf der Grundlage eines ständigen Dialogs, eines hohen ethischen Anspruchs, vertrauensvoller Zusammenarbeit und Transparenz.

Durch die Absicherung weltweiter Handelsströme begleitet Euler Hermes die rentable Geschäftsentwicklung ihrer Kunden und optimiert das Investment ihrer eigenen Aktionäre. Die Gruppe hat sich gegenüber ihren Kunden und Aktionären zu einer Ethik des untadeligen Verhaltens und einem permanenten Dialog verpflichtet. Euler Hermes hat stets ein offenes Ohr für die Belange ihrer Kunden, um ihre Erwartungen besser berücksichtigen und maßgeschneiderte Angebote für sie entwickeln zu können. Parallel dazu strebt die Gruppe an, ihre Kenntnisse der einzelnen Branchen zu vertiefen. Die systematische und

methodische Aufbereitung von Informationen, die Euler Hermes exklusiv anbietet, ermöglicht die zeitnahe Bewertung der von den Versicherten eingegangenen Risiken sowie deren gezielte und präzise Ausrichtung. Dieser vorausschauende Ansatz und die schnelle Reaktion auf Kundenwünsche garantieren unseren Kunden die für den Ausbau ihrer Geschäftstätigkeit erforderliche Sicherheit. Mit dem gleichen ethischen Anspruch sowie der gleichen Disziplin und Transparenz setzt sich Euler Hermes auch für die Belange aller ihrer Aktionäre ein. Das der Gruppe von ihren Mehrheits-

aktionären, der AGF und der Allianz, sowie den institutionellen und privaten Anlegern zur Verfügung gestellte Kapital stellt einen Vertrauensbeweis und eine wertvolle Ressource dar, die es zu erhalten und rentabel zu mehrnen gilt. Euler Hermes hat sich dieser Aufgabe in vollem Umfang verschrieben und hierzu langfristige strategische Entscheidungen im Hinblick auf Nachhaltigkeit getroffen. Der Vorstand und der Aufsichtsrat sowie die ihnen unterstellten Ausschüsse (Revision, Vergütung und Karriereplanung, Finanzen) haben sich ehrgeizige Ziele gesetzt und übernehmen die volle Verantwortung für die von ihnen gewählten Strategien. Die Transparenz, die durch die Notierung der Euler Hermes Aktie an der Börse entsteht, trägt dazu bei, den Bekanntheitsgrad der Kreditversicherung bei den Entscheidungsträgern der Weltwirtschaft zu steigern.

Die Börsenkapitalisierung von Euler Hermes ist im Geschäftsjahr 2006 um mehr als 44 % auf knapp 5 Milliarden Euro gestiegen. Dieser Anstieg fiel deutlich höher als derjenige der französischen Indizes MID 100 und SBF 120 aus, die ein Plus von 30 % bzw. von 19 % verzeichneten. Der Wert der Aktie von Euler Hermes ist von 76,20 Euro zum 31. Dezember 2005 auf 109,60 Euro zum 31. Dezember 2006 gestiegen. Der in den letzten vier Geschäftsjahren um das 4,98-Fache gestiegene Aktienkurs ist Ausdruck der starken Ergebnissteigerung von Euler Hermes im gleichen Zeitraum

und der hohen Rentabilität der Aktie. Im abgelaufenen Geschäftsjahr verbesserte sich auch die Liquidität der Euler Hermes Aktie; dies bestätigt das steigende Anlegerinteresse. Das durchschnittliche tägliche Handelsvolumen stieg im Geschäftsjahr 2006 auf 4,3 Millionen Euro; dieser Wert entspricht dem Handel von 46.401 Aktien zu einem Durchschnittskurs von 93,06 Euro.

Mit der Unterstützung durch ihren Mehrheitsaktionär, die AGF, ein Unternehmen der Allianz Gruppe, und ihre Minderheitsaktionäre wird Euler Hermes den Ausbau ihres weltweiten Versicherungs- und Servicegeschäfts kontinuierlich vorantreiben. Durch eine strategische Konzentration auf Erfolg versprechende Konzepte und die umsichtige Zeichnung von Risiken, im gemeinsamen Interesse aller Partner, ist die Gruppe fest entschlossen, auch zukünftig die geplante Rentabilität zu erwirtschaften.

## Kursentwicklung der EULER HERMES Aktie im Jahr 2006 (Euronext™ - Compartment A)

Code ISIN: FR0004254035

Monat	Handelsvolumen insgesamt		Aktienkurse	
	Aktienanzahl	Kapital (in Millionen Euro)	Höchstkurs (€)	Tiefstkurs (€)
Januar	847.061	69.990.277	87,30	75,20
Februar	771.537	69.801.164	95,85	84,10
März	1.375.598	133.370.467	104,50	88,30
April	710.016	71.168.810	104,90	95,25
Mai	1.864.304	172.262.025	102,00	85,15
Juni	1.530.235	128.967.042	91,25	79,20
Juli	722.838	61.658.311	88,70	80,20
August	611.700	55.770.988	96,15	86,50
September	925.279	85.228.436	96,00	87,85
Oktober	1.230.648	122.910.728	106,60	92,50
November	754.998	77.692.120	105,60	99,90
Dezember	488.096	52.289.363	110,10	101,30

## Entwicklung des Aktienkurses

Kursentwicklung der Euler Hermes Aktie und des SBF-120-Index im Jahr 2006 Euro

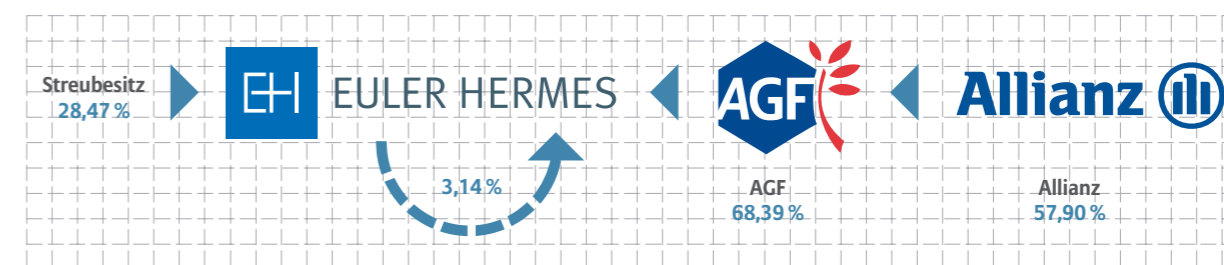


## Aktionärsstruktur

Im Jahr 2006 blieb die Anzahl der von der AGF gehaltenen Euler Hermes Aktien mit 30.744.048 stabil. Dieser Wert entspricht einer Beteiligung von 68,39 % am Kapital von Euler Hermes und 70,61 % der Stimmrechte zum 31. Dezember 2006. Im Streubesitz befinden sich 28,47 % der Aktien bzw. 29,39 % der Stimmrechte. Euler Hermes hält 3,14 % der Aktien im Eigenbesitz.

## Aktionärsstruktur von Euler Hermes zum 31. Dezember 2006

Aktionäre	Aktienanzahl	% des Kapitals	Anzahl der Stimmrechte	% der Stimmrechte
AGF IART	4	0,00 %	4	0,00 %
AGF Vie	3.879.818	8,63 %	3.879.818	8,91 %
AGF SA	5.442.444	12,11 %	5.442.444	12,50 %
AGF Holding	21.421.782	47,66 %	21.421.782	49,20 %
<b>gesamt AGF</b>	<b>30.744.048</b>	<b>68,39 %</b>	<b>30.744.048</b>	<b>70,61 %</b>
Euler Hermes (eigene Aktien)	1.411.359	3,14 %	0	0,00 %
<b>Streubesitz</b>	<b>12.795.711</b>	<b>28,47 %</b>	<b>12.795.711</b>	<b>29,39 %</b>
<b>INSGESAMT</b>	<b>44.951.118</b>	<b>100,00 %</b>	<b>43.539.759</b>	<b>100,00 %</b>



# Konzernbilanz

## zum 31. Dezember 2006

### Aktiva

(in tausend EUR)

	2006 IFRS	2005 IFRS
Goodwill	107.374	109.166
Sonstige immaterielle Anlagewerte	42.919	32.603
Kapitalanlagen	3.010.102	2.943.149
Anteil der Rückversicherer an den technischen Rückstellungen	411.965	544.912
Sonstige Aktiva	867.056	846.686
Liquide Mittel	334.964	221.678
<b>Total Aktiva</b>	<b>4.774.380</b>	<b>4.698.194</b>

### Passiva

(in tausend EUR)

	2006 IFRS	2005 IFRS
Eigenkapital der Gruppe	1.892.386	1.737.053
Anteile von Minderheitsgesellschaftern	19.153	7.869
<b>Summe des Eigenkapitals</b>	<b>1.911.539</b>	<b>1.744.922</b>
Rückstellungen für Risiken und Aufwendungen	99.715	98.049
Technische Rückstellungen Sachversicherung (brutto)	1.413.342	1.497.164
Verbindlichkeiten bei Kreditinstituten	302.369	336.819
Latente Steuerverbindlichkeiten	389.251	371.968
Sonstige Verbindlichkeiten	658.164	649.272
<b>Total Passiva</b>	<b>4.774.380</b>	<b>4.698.194</b>

Der gesamte Konzernabschluss einschließlich Bilanz, Gewinn-und-Verlust-Rechnung und Anhang ist in dem Referenzdokument enthalten.

# Konzern-Gewinn- und-Verlust-Rechnung

## zum 31. Dezember 2006

(in tausend EUR)

	2006 IFRS	2005 IFRS Pro-forma	2005 IFRS Veröffentlicht
Gebuchte Prämien und Provisionen	1.658.775	1.608.881	1.689.461
Sonstige betriebliche Erträge	353.045	318.488	318.488
Zinsen und ähnliche Finanzerträge, netto	149.802	128.372	125.922
<b>Ergebnis aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>	<b>2.161.622</b>	<b>2.055.741</b>	<b>2.133.871</b>
Aufwendungen für Schadenregulierungen und Änderungen der technischen Rückstellungen	- 692.668	- 609.129	- 689.709
Betriebliche Aufwendungen	- 791.301	- 750.046	- 747.596
Ergebnis der Rückversicherung	- 187.742	- 249.922	- 249.922
<b>Laufendes operatives Ergebnis</b>	<b>489.911</b>	<b>446.644</b>	<b>446.644</b>
Sonstige betriebliche Erträge und Aufwendungen	0	0	0
<b>Operatives Ergebnis</b>	<b>489.911</b>	<b>446.644</b>	<b>446.644</b>
Finanzaufwand	- 11.489	- 10.121	- 10.121
Anteil an den Ergebnissen von verbundenen Unternehmen	8.547	8.056	8.056
Steuern vom Einkommen und Ertrag	- 156.734	- 158.394	- 158.394
<b>Konzernergebnis netto</b>	<b>330.235</b>	<b>286.185</b>	<b>286.185</b>
Anteil von Minderheitsgesellschaftern	- 4.181	- 109	- 109
<b>Jahresüberschuss (Anteil Gruppe)</b>	<b>326.054</b>	<b>286.076</b>	<b>286.076</b>
<b>Nettogewinn je Aktie</b>	<b>7,51</b>	<b>6,74</b>	<b>6,74</b>
Gewinn nach Steuern je Aktie	7,45	6,69	6,69

## STANDORTE EULER HERMES

**Hauptsitz Euler Hermes** 1, rue Euler – 75008 Paris – Frankreich

Tel.: + 33 1 40 70 50 50 – Fax: + 33 1 40 70 50 17

### EUROPA UND MITTELMEERRAUM

**Belgien**  
*Euler Hermes Credit Insurance Belgium S.A. (N.V.)*  
Rue Montoyer, 15  
1000 Brüssel  
Tel.: + 32 2 289 31 11

**Dänemark**  
*Euler Hermes Kreditforsikring*  
Amerika Plads 19  
2100 Kopenhagen  
Tel.: + 45 88 33 33 88

**Deutschland**  
*Euler Hermes Kreditversicherungs-AG*  
Friedensallee 254  
22763 Hamburg  
Tel.: + 49 40 88 34-0

*Exportkreditgarantien der Bundesrepublik Deutschland*  
Friedensallee 254  
22763 Hamburg  
Tel.: + 49 40 88 34-91 92

**Estland**  
*Euler Hermes Kreditversicherungs-AG*  
Eesti Filiaal  
Tina 9  
10126 Tallinn  
Tel.: + 372 667 9350

**Finnland**  
*Euler Hermes Luottovakuutus*  
Itälähdenkatu 18 A  
00210 Helsinki  
Tel.: + 358 10 850 8500

**Frankreich**  
*Euler Hermes SFAC*  
1, rue Euler  
75008 Paris  
Tel.: + 33 1 40 70 50 50

**Griechenland**  
*Euler Hermes Emporiki S.A.*  
109-111 Messogion Ave.  
Politia Business Center  
Building B  
11526 Athen  
Tel.: + 30 210 69 00 000

**Großbritannien**  
*Euler Hermes UK plc*  
1 Canada Square  
London E14 5DX  
Tel.: + 44 20 7512 9333

*Euler Hermes Guarantee plc Surety House*  
Lyons Crescent  
Tonbridge  
Kent TN9 1EN  
Tel.: + 44 17 32 77 03 11

**Irland**  
*Euler Hermes Ireland*  
3rd Floor, Mespil Court  
39a Mespil Road  
Dublin 4  
Tel.: + 353 1 660 1667

**Italien**  
*Euler Hermes SIAC S.p.A.*  
Via Raffaello Matarazzo, 19  
00139 Roma  
Tel.: + 39 06 87001

**Lettland**  
*Euler Hermes Kreditversicherungs-AG*  
Latvijas Filiale  
Skolas iela 9  
1010 Riga  
Tel.: + 371 7 686 054

**Litauen**  
*Euler Hermes Kreditversicherungs-AG*  
Lietuvos Filialas  
Konstitucijos Ave 7  
09308 Vilnius  
Tel.: + 370 5 211 3366

**Marokko**  
*Euler Hermes Acmar*  
37, bd Abdelattif Ben Kaddour  
20100 Casablanca  
Tel.: + 212 22 39 84 12/14/17

**Niederlande**  
*Euler Hermes Kredietverzekering N.V.*  
*N.V. Interpolis Kredietverzekeringen*  
Pettelaarpark 20  
5216 PD's-Hertogenbosch  
Tel.: + 31 73 688 99 99

*Euler Hermes Interborg N.V.*  
Atlas Office Center  
Hoogoorddreef 5  
Postbus 12473  
1100 AL Amsterdam Z.O.  
Tel.: + 31 20 6 96 39 41

**Norwegen**  
*Euler Hermes Kredittforsikring AB*  
Holbergsgate 21  
P.O. Box 6875 St. Olavs Plass  
0130 Oslo  
Tel.: + 47 23 25 60 00

**Österreich**  
*Prisma Kreditversicherungs-AG*  
Himmelpfortgasse 29  
1010 Wien  
Tel.: + 43 5 01 02-0

**Polen**  
*Euler Hermes Towarzystwo Ubezpieczen S.A.*  
ul. Domaniewska 50 B  
02-672 Warschau  
Tel.: + 48 22 385 46 84

**Portugal**  
*COSEC Companhia de Seguro de Créditos, S.A.*  
Avenida da República, n° 58  
1069-057 Lissabon  
Tel.: + 351 21 791 37 00

**Rumänien**  
*Euler Hermes Servicii Financiare S.R.L.*  
Str. Maltopol, nr. 9  
Sektor 1  
011047 Bukarest  
Tel.: + 40 21 206 01 00

**Russland**  
*Euler Hermes Kreditversicherungs-AG*  
Representative Office  
c/o JSC Rosno  
Ozerkovskaya nab. 30  
Moskau, 115 184  
Tel.: + 74 95 956 2105 4570

**Schweden**  
*Euler Hermes Kreditförsäkring Norden AB*  
Klara Norra Kyrkogata 29  
P.O. Box 729  
10134 Stockholm  
Tel.: + 46 8 555 136 00

**Schweiz**  
*Euler Hermes Kreditversicherungs-AG*  
Zweigniederlassung Zürich  
Tödistrasse 65  
Postfach  
8039 Zürich  
Tel.: + 41 44 2 83 65 65

**Slowakei**  
*Euler Hermes Servis, s.r.o.*  
Plynárenská 1  
82109 Bratislava  
Tel.: + 421 2 582 80 911

**Spanien**  
*Euler Hermes Crédito*  
Paseo de la Castellana,  
95 planta 14  
Edificio Torre Europa  
28046 Madrid  
Tel.: + 34 91 417 77 67

**Tschechische Republik**  
*Euler Hermes Čescob, úvěrová pojišť'ovna, a.s.*  
Molákova 576/11  
186 00 Prag 8  
Tel.: + 420 266 109 511

**Ungarn**  
*Euler Hermes Magyar Hitelbiztosító Rt.*  
Kiscelli u. 104  
1037 Budapest  
Tel.: +36 1 453 9000

### AMERIKA

**Argentinien**  
*Euler Hermes Argentina S.A.*  
San Martín 550  
C1104AAL Ciudad Autónoma De Buenos Aires  
Tel.: + 54 11 4320 7177

**Brasilien**  
*Euler Hermes Seguros de Crédito S.A.*  
Alameda Santos,  
2335 - cjs 51/52  
Cerqueira César  
01419-002  
São Paulo  
Tel.: + 55 11 30 65 22 60

**Kanada**  
*Euler Hermes Canada*  
La Tour C.I.B.C.  
1155 Boulevard René-Lévesque Ouest  
Bureau 1702  
Montréal Québec H3B 3Z7  
Tel.: + 514 876 9656

**Mexiko**  
*Euler Hermes Seguro de Crédito S.A.*  
Blvd. Manuel Avila Camacho #164, 8° piso  
Col. Lomas de Barrilaco  
Deleg. Miguel Hidalgo  
Mexico DF CP 11010  
Tel.: + 52 55 5201 7900

**USA**  
*Euler Hermes ACI Inc.*  
800 Red Brook Boulevard  
Owings Mills, MD 21117  
Tel.: + 1 410 753 0753

### ASIEN-PAZIFIK-RAUM

**Australien**  
*Euler Hermes Trade Credit Underwriting Agents Pty Ltd.*  
Suite 1403, Level 14  
14 Martin Place  
Sydney NSW 2000  
Tel.: + 612 8256 0400

**China**  
*Euler Hermes Services (HK) Ltd.*  
Shanghai Representative  
Office Room 2505A,  
Jin Mao Tower,  
88 Century Boulevard,  
Pudong – Shanghai, 200120  
Tel.: + 86 21 5047 4750

**Hongkong**  
*Euler Hermes Kreditversicherungs-AG Hong Kong Branch Euler Hermes Credit Underwriters Hong Kong Ltd.*  
11/F Great Eagle Centre  
23 Harbour Road  
Wanchai, Hong Kong  
Tel.: + 852 2867 0061

**Indien**  
*Bajaj Allianz General Insurance Co. Ltd.*  
101/116 Persepolis  
Sector 17, Vashi  
Navi Mumbai 400 703  
Tel.: + 91 22 5673 3661

**Japan**  
*Euler Hermes Kreditversicherungs-AG, Japan Branch Office*  
Kyobashi Nisshoku Bldg  
7th floor  
8-7, Kyobashi, 1-chome  
Chuo-Ku  
Tokio 104-0031  
Tel.: + 81 3 35 38 5403

**Neuseeland**  
*Euler Hermes Trade Credit Ltd.*  
Lumley Centre  
88 Shortland Street  
Auckland  
Tel.: + 649 308 1991

**Singapur**  
*Euler Hermes Kreditversicherungs-AG, Singapore Branch Office*  
3 Temasek Avenue  
# 03-02 Centennial Tower  
Singapur 039190  
Tel.: + 65 6297 8802

**Südkorea**  
*Euler Hermes Credit Underwriters HK Ltd. Liaison Office*  
Rm 1411, 14/F, Ssangyong  
Platinum Bldg  
156, Cheokseon-dong  
Chongro-ku, Seoul 110 052  
Tel.: + 82 2 733 8813

**Vereinigte Arabische Emirate**  
*Euler Hermes Credit Insurance c/o Alliance Insurance Co.*  
Warba Centre, Office 402  
Dubai  
Tel.: + 971 4 266 3083

Herausgeber: Unternehmenskommunikation Euler Hermes **Konzeption und Gestaltung:** 7569 **publi.com** **Redaktion:** D&D Communication, Euler Hermes **Fotografie:** Banana/Photonstop, Bloomimage/Corbis, Jon Feingersh/Zefa/Corbis, JLP/Deimos/Corbis, Tom Grill/Corbis, Yves Denoyelle.

„Wir danken allen Mitarbeitern von Euler Hermes, die sich für die Fotoreportage zur Verfügung gestellt haben.“

**Euler Hermes**

1, rue Euler – 75008 Paris – Frankreich  
Tel.: + 33 1 40 70 50 50 – Fax: + 33 1 40 70 50 17  
[www.eulerhermes.com](http://www.eulerhermes.com)