



Swiss Life und AWD: strategische Partnerschaft für beschleunigtes internationales Wachstum

Zürich/Hannover, 3. Dezember 2007

AWD und Swiss Life mit strategischer Partnerschaft



- Führender unabhängiger Finanzdienstleister in Europa
- Stark in Deutschland, Österreich und der Schweiz; Präsenz in Grossbritannien und Zentral- und Osteuropa
- Einzigartiges Vertriebsnetzwerk, hoch qualifizierte selbständige Finanzberater
- Bewährtes Dienstleistungsmodell mit offener Architektur; Best-Select-Palette von Produkten und unabhängige Beratung
- Hoher Bekanntheitsgrad der Marke
- Zugang zu Wachstumsmärkten in Zentral- und Osteuropa

- Führender europäischer Anbieter von Vorsorgelösungen und Lebensversicherungen
- Marktführer in der Schweiz, starke Positionen in Frankreich und Deutschland
- Mehrkanalvertrieb, zusätzliche Vertriebskraft durch eigenen Aussendienst
- Hochwertige Produkte und Dienstleistungen im Bereich Vorsorge und Lebensversicherung
- Hoher Bekanntheitsgrad der Marke
- Kapitalstärke, Investitionen in Wachstum

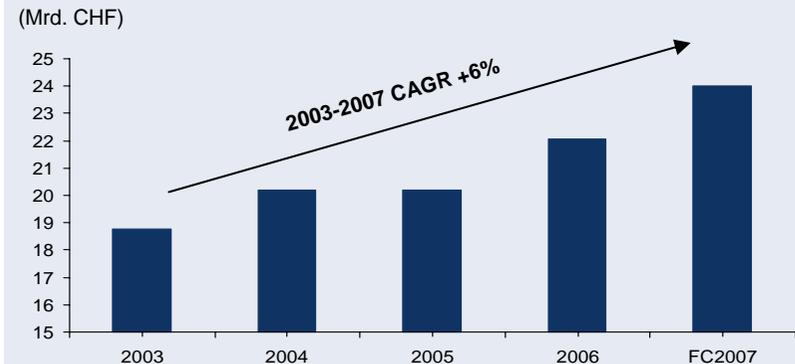
**Beschleunigtes
internationales Wachstum**

Swiss Life – ein führender europäischer Lebensversicherer

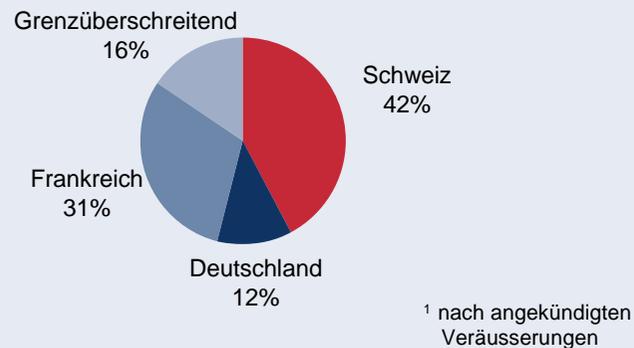
In Kürze

- Die Swiss Life-Gruppe ist einer der führenden europäischen Anbieter von Vorsorgelösungen und Lebensversicherungen für Firmen- und Privatkunden
- Marktführer in der Schweiz, starke Positionen in Frankreich und Deutschland, hohes Wachstum in grenzüberschreitendem Geschäft
- Seit 2003 sehr gute Erfolgsbilanz – CAGR des Reingewinns >40%

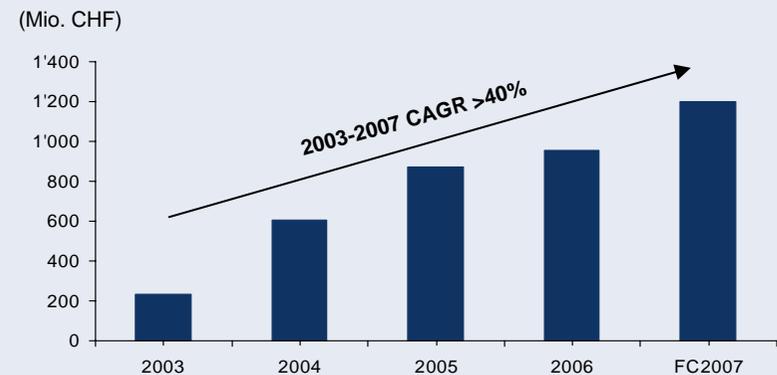
Verbuchte Bruttoprämien



Prämien nach Land¹



Reingewinn



AWD passt hervorragend zu Swiss Life

Strategische Überein- stimmung



- In Einklang mit Pensions-Leadership-Ambition
- Für wachsende Nachfrage nach unabhängiger Beratung positioniert
- Unterstützt Verlagerung auf Dienstleistungen mit hoher Marge und auf langfristige Anlageprodukte über Lebensversicherung hinaus

Verbesserte Marktposition



- Unabhängiger Finanzberater als wichtiges Element des Mehrkanalvertriebs
- Starker Vertrieb für hochwertige Lebensversicherungsprodukten
- Transfer von Beratungsfähigkeiten und Know-how

Attraktive geografische Ausrichtung



- Stärkung der Kernmärkte in der Schweiz und in Deutschland
- Plattform für Markteintritt in Österreich sowie Zentral- und Osteuropa

Finanziell attraktiv

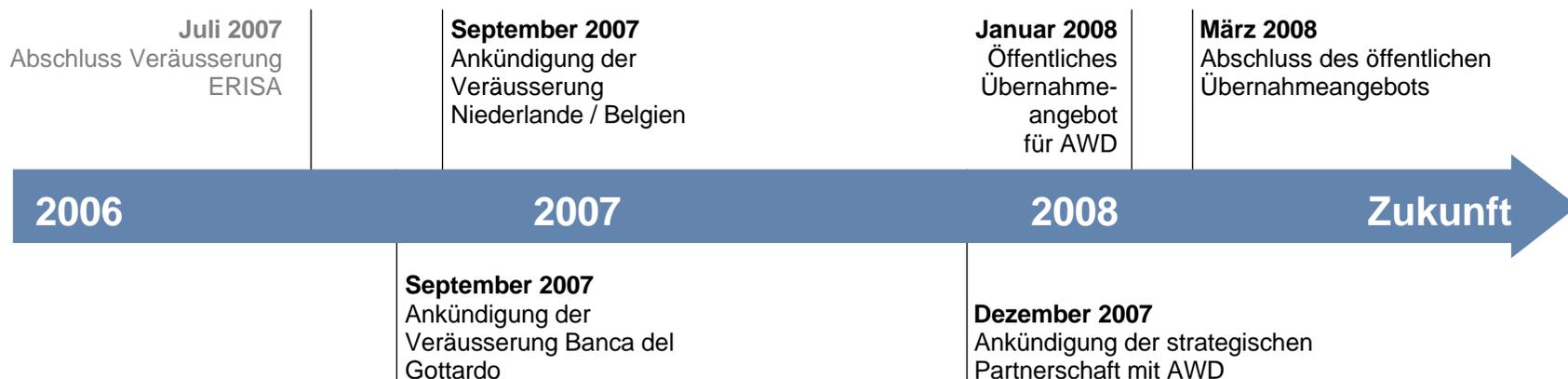


- Positiver Einfluss auf Gewinn je Aktie ab spätestens 2009
- Weiterhin starke Gruppensolvabilität

Strategische Positionierung für Wachstum

- Anpassung des Portefeuilles bei Swiss Life nach strategischen Prioritäten
 - Führend in der finanziellen Vorsorge
 - Dienstleistungen mit Mehrwert und hoher Marge
 - Fokus auf Kernmärkte
 - Mehrkanalvertrieb
- Stark wachsender Gewinnbeitrag aus Geschäft mit Spar- und Anlagelösungen anstelle von Beitrag des veräußerten Geschäfts

Konsequente Umsetzung der Strategie mit finanziell attraktiven Transaktionen

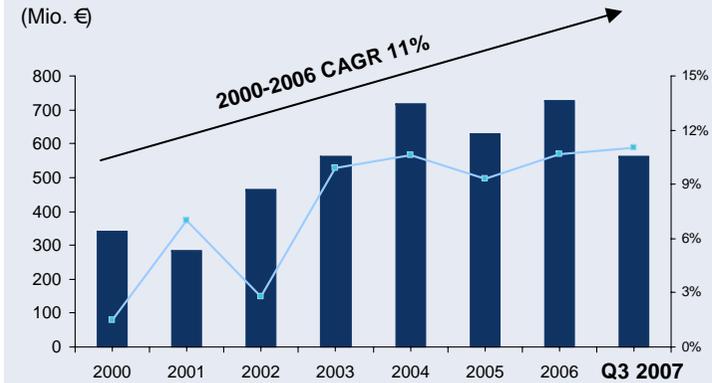


AWD – eine Erfolgsgeschichte

In Kürze

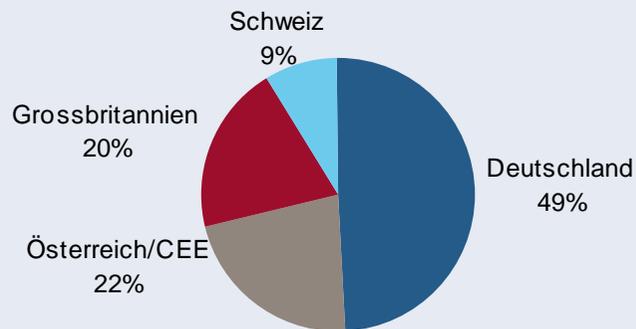
- Der führende Finanzdienstleister in Europa, branchenweit am internationalsten diversifiziert
- Leitung: Gründer und CEO Carsten Maschmeyer
- Über 6300 Finanzberater
- Ausgewiesene Erfolgsbilanz
 - Umsatz und Anzahl Berater in den letzten 6 Jahren mehr als verdoppelt
 - Wachstum Nettoeinkommen > 40% p. a.

Umsatz und EBIT-Marge



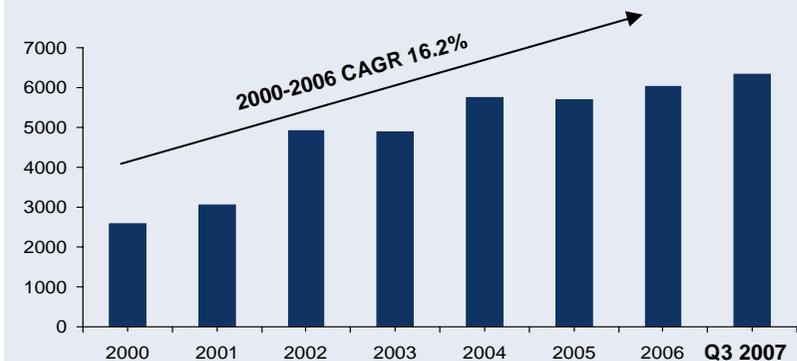
Anmerkung: Basis HGB vor 2005, IFRS ab 2005

Umsatz nach Land



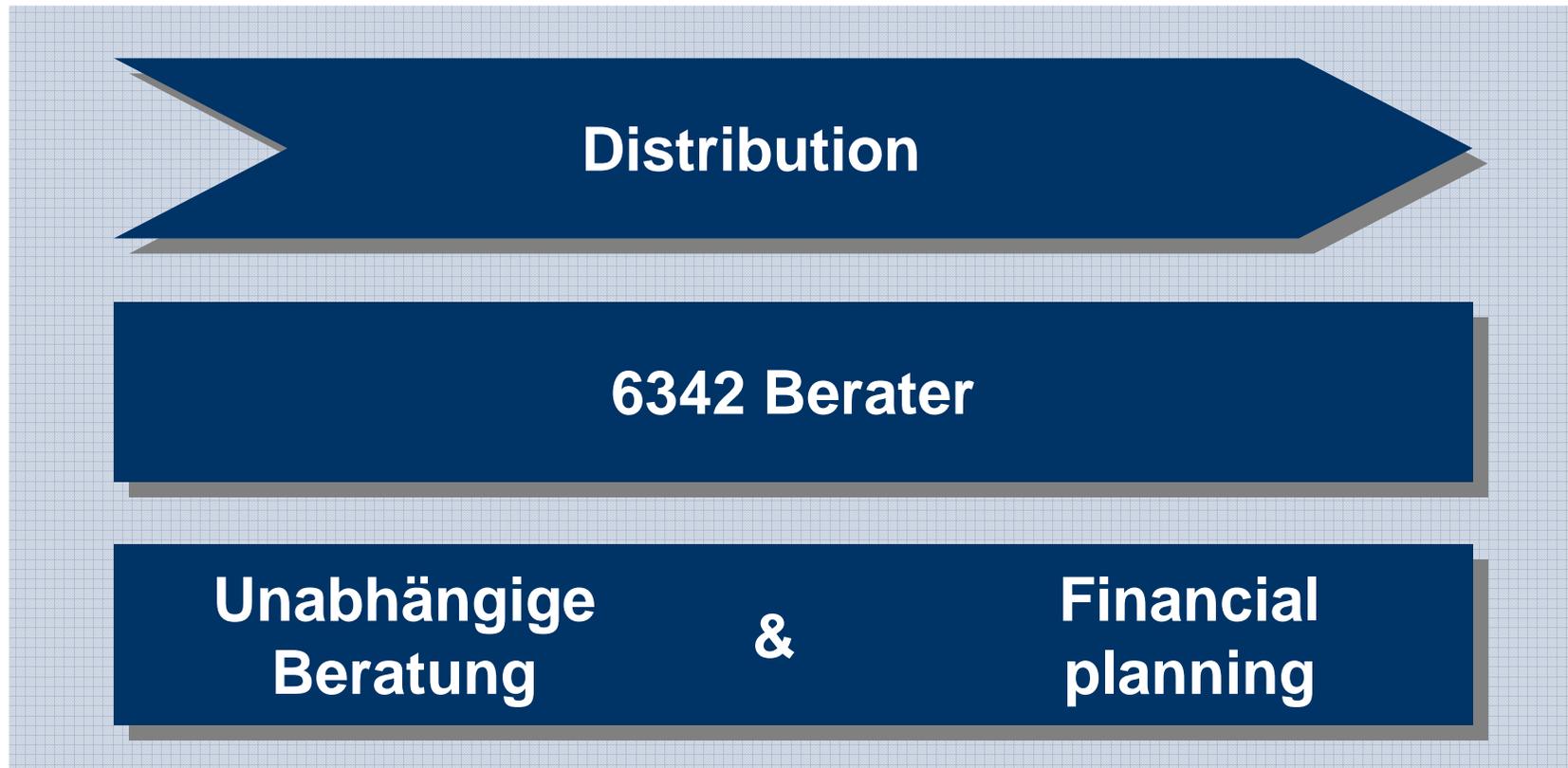
Anmerkung: Stand 3. Q 2007

Finanzberater



Wertschöpfungskette

Die AWD Gruppe steht für Distribution



Neues Länderportfolio mit attraktiven Aussichten



Frankreich

- Starker Fokus auf vermögende und HNWI-Kunden, gute Positionierung in Krankenversicherung



AWD

- Führender unabhängiger Finanzdienstleister in Europa
- Geschäftsmodell basierend auf offener Architektur
- Starke Positionen in Deutschland und Österreich



SwissLife

Deutschland

- Starke Fachkompetenz im Bereich Berufsunfähigkeit, hoher Bekanntheitsgrad der Marke bei Maklern



Schweiz

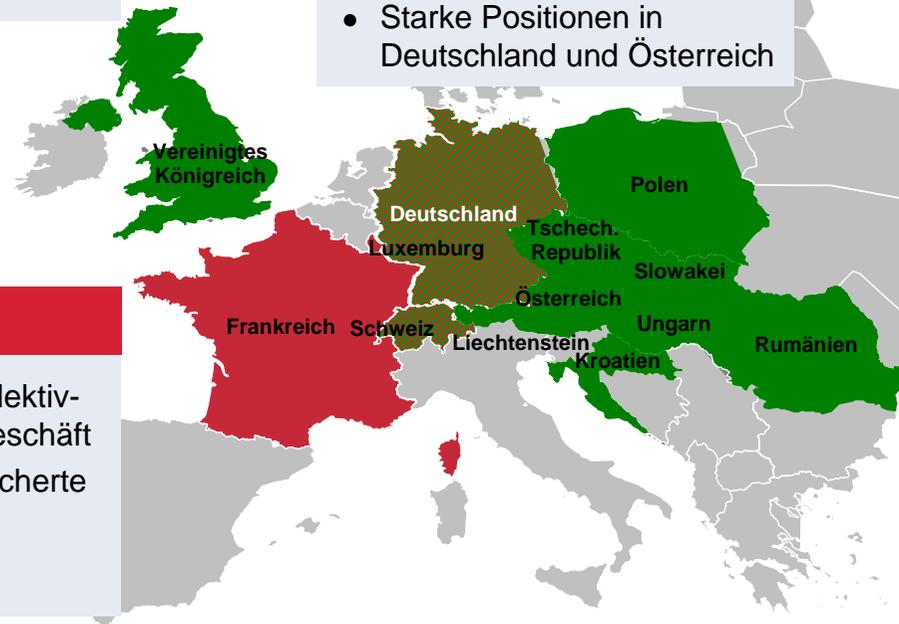
- Marktführer in Kollektiv- und Einzellebengeschäft
- Rund 1 Mio. Versicherte



SwissLife

International

- Führender Anbieter im Bereich Private Placement Life Insurance
- Hub für Geschäft mit multinationalen Unternehmen



Überblick zur Transaktion

Transaktionsbedingungen

- Öffentliches Übernahmeangebot für AWD-Aktien
- EUR 30 je Aktie
 - Prämie von 36% zum Drei-Monats-Durchschnittspreis
 - ~15x Kurs/Gewinn 2008 (Schätzung)
- Unwiderrufliche Verpflichtung der Familie Maschmeyer, einen Anteil von 20% anzudienen
- Familie Maschmeyer behält Anteil von 10%; durch langfristige Optionsvereinbarung mit Swiss Life verbunden

Operative Grundlagen

- Carsten Maschmeyer weiterhin CEO
- Keinen Einfluss auf Unabhängigkeit und Marke von AWD
- Operative Unabhängigkeit soll das erfolgreiche Geschäftsmodell der offenen Produktplattform von AWD weiter fördern
- Normale geschäftliche Bedingungen mit Swiss Life („at arm's length“)
- Kooperation bezüglich Know-how-Transfer und Effizienzsteigerung
- AWD bleibt börsennotiert

Finanzielle Auswirkungen

Auswirkungen der Transaktion

- Positiver Einfluss auf Gewinn je Aktie ab spätestens 2009
- Weiterhin starke Kapitalisierung
 - Pro-Forma-Gruppensolvabilität >175%, inkl. Effekten aus Veräusserungen, Erwerb und Aktienrückkauf
- Keinen Einfluss auf Aktienrückkauf

Synergien aus Partnerschaft

- Jährliche Synergien von voraussichtlich rund CHF 50 Mio. (nach Steuern)
 - bis 2012
 - Ertragssteigerungen und Kosteneinsparungen von je rund 50%
- Ertragspotenzial in sämtlichen Märkten, Kostenpotenzial in der Schweiz und in Deutschland

Zusammenfassung: AWD bietet Wachstumsplattform in bestehenden und neuen Märkten

Zusätzliche Vertriebskraft in Kernmärkten

- Erhöhtes Neugeschäftsvolumen in Deutschland und der Schweiz
- AWD weiterhin Plattform mit offener Architektur und hochwertiger unabhängiger Kundenberatung

Zutritt zu neuen Märkten

- Österreich
- Zentral- und Osteuropa

Erweiterte Kundenbasis

- Zugang zu 1,9 Millionen zusätzlichen Kunden
- Beziehung zu Kunden über strukturierte Beratung

Besseres Marktverständnis

- Vertiefter Einblick in Produktlandschaft auf dem Markt
 - Kundenbedürfnisse
 - Produkteigenschaften

Zusätzliche Wertschöpfung

- Wachsender Gewinnbeitrag
- Substanzielles Synergiepotenzial

Mit strategischer Partnerschaft internationales Wachstum beschleunigen

