



SwissLife

# Jahresergebnis 2014 Medienpräsentation

27. Februar 2015

# Agenda



## Überblick

Ergebnisse und  
«Swiss Life 2015»

Q&A

**Patrick Frost**

Thomas Buess

Patrick Frost

# Wichtigste Kennzahlen

2014 vs. 2013

- ✓ Reingewinn um 4% auf CHF 818 Mio. gesteigert
- ✓ Bereinigter Betriebsgewinn um 4% auf CHF 1 182 Mio. verbessert
- ✓ Prämieinnahmen in lokaler Währung um 7% auf CHF 19,1 Mrd. gewachsen
- ✓ Kommissions- und Gebührenerträge in lokaler Währung um 15% auf CHF 1 317 Mio. erhöht
- ✓ Vermögensverwaltung für externe Kunden mit Nettoneugeldern von CHF 4,5 Mrd.
- ✓ Robuste direkte Anlagerendite von 3,3% (2013: 3,4%); Nettoanlagerendite von 3,8% (2013: 3,9%)
- ✓ Effizienzquote auf 0,65% weiter verbessert (2013: 0,69%)
- ✓ Eigenkapitalrendite<sup>1)</sup> von 9,6% (2013: 10,0%)
- ✓ Neugeschäftsmarge von 1,8% (2013: 2,2%); Neugeschäftswert von CHF 255 Mio. (2013: CHF 289 Mio.)
- ✓ Gruppensolvabilität bei 269% (2013: 210%); SST basierend auf dem internen Modell im grünen Bereich<sup>2)</sup>
- ✓ Vorgeschlagene Dividendenerhöhung um CHF 1.00 auf CHF 6.50 je Aktie

1) Eigenkapital ohne nicht realisierte Gewinne/Verluste auf Anleihen 2) Modell von der FINMA teilweise genehmigt

# Kennzahlen 2014

2014 vs. 2013

Reingewinn	➔	CHF 818 Mio.	+4%
Betriebsgewinn (bereinigt)	➔	CHF 1 182 Mio.	+4%
Prämienvolumen (in lokaler Währung)	➔	CHF 19,1 Mrd.	+7%
Kommissions- und Gebührenerträge (in lokaler Währung)	➔	CHF 1 317 Mio.	+15%
Neugeschäftsmarge (in % des PVNBP)	➔	1,8%	-0,4 Ppkt.
Eigenkapital (vor Minderheitsanteilen)	➔	CHF 12,8 Mrd.	+43%
Eigenkapitalrendite <sup>1)</sup>	➔	9,6%	-0,4 Ppkt.
Gruppensolvabilität	➔	269%	+59 Ppkt.
Dividende (Vorschlag)	➔	CHF 6.50	CHF +1.00

1) Eigenkapital ohne nicht realisierte Gewinne/Verluste auf Anleihen

# Agenda

	Überblick	Patrick Frost
→	<b>Ergebnisse und «Swiss Life 2015»</b>	<b>Thomas Buess</b>
	Q&A	Patrick Frost

# Erfolgsrechnung

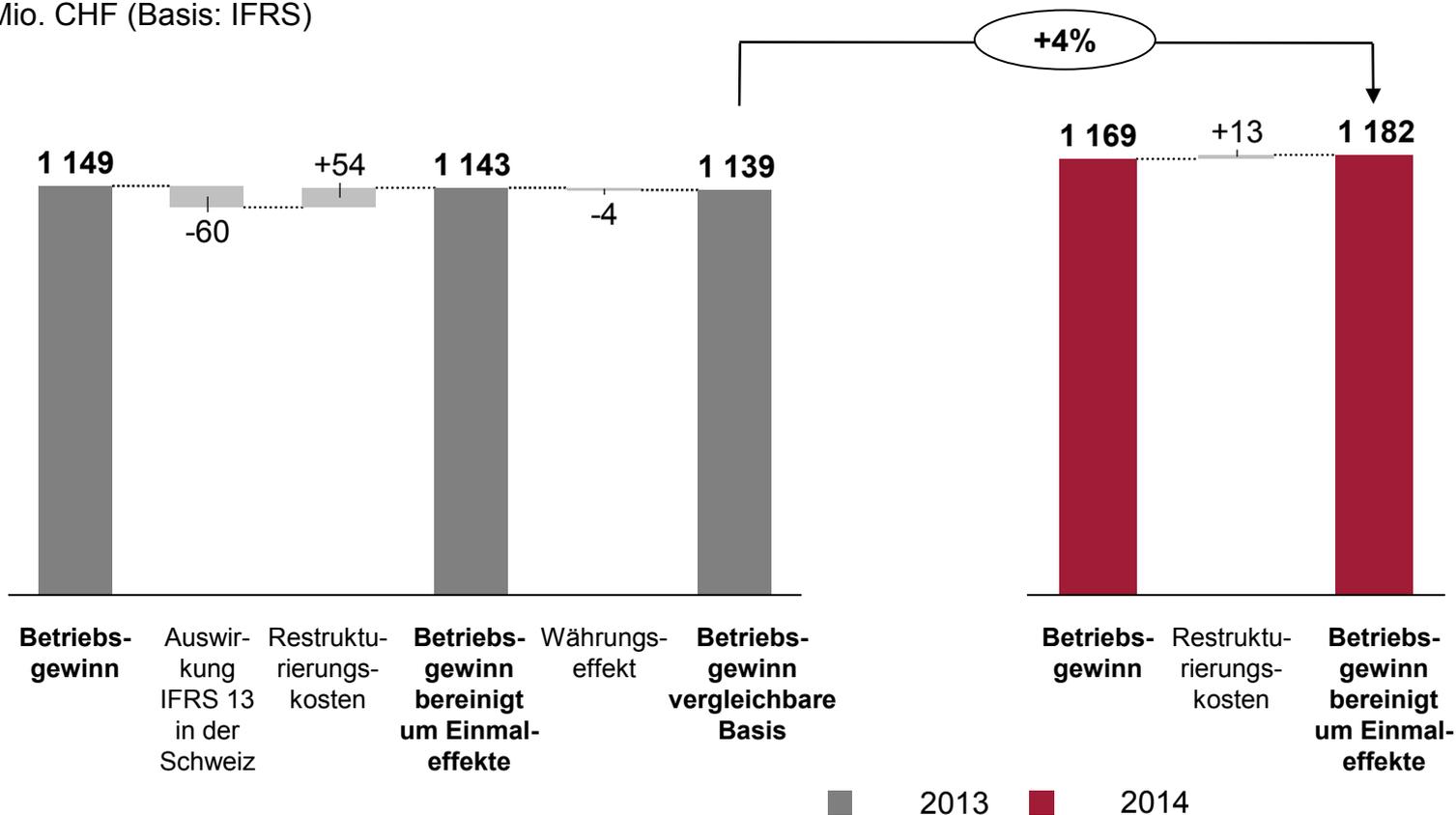
Mio. CHF (Basis: IFRS)

	2013	2014
Verbuchte Bruttoprämien, Policengebühren und erhaltene Einlagen	17 969	19 102
Ertrag aus Gebühren, Kommissionen und Provisionen	840	998
Finanzergebnis auf eigenes Risiko	5 379	5 354
<i>Nettokapitalerträge Versicherungsportfolio auf eigenes Risiko</i>	4 949	5 136
Versicherungsleistungen und Schadenfälle (netto)	-13 920	-15 218
Überschussbeteiligung der Versicherungsnehmer	-1 361	-1 146
Betriebsaufwand	-2 809	-2 735
<b>Betriebsgewinn</b>	<b>1 149</b>	<b>1 169</b>
Fremdkapitalkosten	-148	-157
Ertragssteueraufwand	-218	-194
<b>Reingewinn</b>	<b>784</b>	<b>818</b>
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in CHF)	24.45	25.52
Verwässertes Ergebnis je Aktie (in CHF) <sup>1)</sup>	24.22	24.11

1) Beinhaltet primär den Effekt der im Dezember 2013 ausgegebenen Wandelanleihe

# Betriebsgewinn bereinigt um bedeutende Einmaleffekte

Mio. CHF (Basis: IFRS)



# Geschäftsverlauf Schweiz

Mio. CHF (Basis: IFRS, MCEV)

	2013	2014	Veränderung	
Verbuchte Bruttoprämien, Policengebühren und erhaltene Einlagen	9 020	10 038	+11%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• KV: +11% (Markt: +1%); starkes Neugeschäft und wenig Kündigungen</li> <li>• EV: +12% (Markt: +2%); starkes Neugeschäft bei Einmalprämien-Produkten</li> </ul>
Kommissions- und Gebührenerträge <sup>1)</sup>	166	182	+10%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Höhere Erträge aus eigenen Beraterkanälen und neuen Ertragsquellen</li> </ul>
Operative Kosten <sup>2)</sup>	-399	-391	-2%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kosteneinsparungen dank operativen Verbesserungen</li> </ul>
Segmentergebnis	716	657	-8%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Besseres Kommissions- und Risikoergebnis durch tieferes Sparergebnis aufgrund von Reservenverstärkungen neutralisiert; insgesamt stabiles Ergebnis (2013: Effekt IFRS 13)</li> </ul>
Neugeschäftsmarge (in % des PVNBP)	3,0%	2,2%	-0,8 Ppkt.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schwieriges Zinsumfeld; höhere Volumen in KV und EV</li> </ul>

1) Verdiente Policengebühren (netto) und Ertrag aus Gebühren, Kommissionen und Provisionen 2) Ohne nicht zugeordnete Konzernkosten

# Geschäftsverlauf Frankreich

Mio. EUR (Basis: IFRS, MCEV)

	2013	2014	Veränderung	
Verbuchte Bruttoprämien, Policengebühren und erhaltene Einlagen	3 806	4 167	+10%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualität und Volumen über Personenversicherungsmarkt (+7%)</li> <li>• Leben: +17% (Markt: +8%); sehr hoher UL-Anteil von 41% (Markt: 17%)</li> <li>• Krankenvers. u. Risikovorsorge: +0% (Markt: +2%); Fokus auf KV (+5%; Markt: +2%) und Risikovorsorge (+5%; Markt: +2%)</li> </ul>
Kommissions- und Gebührenerträge <sup>1)</sup>	202	223	+11%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deutliches Wachstum in UL und bei Bankkommissionen inkl. Kauf eines kleinen Vermögensverwalters</li> </ul>
Operative Kosten <sup>2)</sup>	-282	-291	+3%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verbesserte Effizienz trotz Investitionen in Infrastruktur, Wachstumsinitiativen und Kosten für ANI-Reform</li> </ul>
Segmentergebnis	157	178	+13%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Starkes Kommissionsergebnis, höhere Finanzmarge in Leben, verbesserte Combined Ratio in der Sach- und Haftpflichtvers.</li> </ul>
Neugeschäftsmarge (in % des PVNBP)	1,7%	1,4%	-0,3 Ppkt.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auswirkung tieferer Zinsen und der ANI-Reform weitgehend gedämpft: höhere Volumen mit tieferen Abschlusskosten, hoher UL-Anteil, revidierte Überschussbeteiligung</li> </ul>

1) Verdiente Policengebühren (netto) und Ertrag aus Gebühren, Kommissionen und Provisionen 2) Ohne nicht zugeordnete Konzernkosten

# Geschäftsverlauf Deutschland

Mio. EUR (Basis: IFRS, MCEV)

	2013	2014	Veränderung	
Verbuchte Bruttoprämien, Policengebühren und erhaltene Einlagen	1 401	1 330	-5%	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fokus auf Profitabilität vor Wachstum führte zu tieferen Volumen bei traditionellen EP-Produkten, besonders in EV</li> <li>Gesamtmarkt: +3%</li> </ul>
Kommissions- und Gebührenerträge <sup>1)</sup>	311	349	+12%	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ertragsanstieg bei eigenen Beraterkanälen dank höherer Produktivität und starkem Jahresendgeschäft</li> </ul>
Operative Kosten <sup>2)</sup>	-215	-210	-2%	<ul style="list-style-type: none"> <li>Erfolgreiche Umsetzung von Kostensparmassnahmen, weitere operative Verbesserungen</li> </ul>
Segmentergebnis	78	76	-2%	<ul style="list-style-type: none"> <li>Positive Entwicklung des Kommissions- und Kostenergebnisses durch tiefere realisierte Gewinne neutralisiert</li> </ul>
Neugeschäftsmarge (in % des PVNBP)	2,7%	1,2%	-1,5 Ppkt.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Deutlich tiefere Zinsen und geringere Volumen durch Preisanpassungen und tiefere Abschlusskosten teilweise kompensiert</li> </ul>

1) Verdiente Policengebühren (netto) und Ertrag aus Gebühren, Kommissionen und Provisionen 2) Ohne nicht zugeordnete Konzernkosten

# Geschäftsverlauf International

Mio. CHF (Basis: IFRS, MCEV)

	2013	2014	Veränderung	
Verbuchte Bruttoprämien, Policengebühren und erhaltene Einlagen	2 643	2 451	-7%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiefere Einlagen von Versicherungsnehmern und Prämien im HNWI- und Unternehmenskundengeschäft</li> </ul>
Kommissions- und Gebührenerträge <sup>1)</sup>	231	240	+4%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Höhere Erträge der eigenen Beraterkanäle</li> <li>• Gesteigerte Policengebühren aus dem HNWI-Geschäft aufgrund grösserer Vermögensbasis</li> </ul>
Operative Kosten <sup>2)</sup>	-118	-113	-5%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anhaltende Kostendisziplin</li> </ul>
Segmentergebnis	16	34	+116%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Höheres Kommissionsergebnis; Kosteneinsparungen und positive Entwicklung des Sparergebnisses</li> </ul>
Neugeschäftsmarge (in % des PVNBP)	1,0%	1,2%	+0,2 Ppkt.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Weiter verbesserte Kommissionserträge und andere Margenverbesserungsmassnahmen</li> </ul>

1) Verdiente Policengebühren (netto) und Ertrag aus Gebühren, Kommissionen und Provisionen 2) Ohne nicht zugeordnete Konzernkosten, währungsbereinigt

# Geschäftsverlauf Asset Managers

Mio. CHF (Basis: IFRS; verwaltete Vermögen auf Fair-Value-Basis)

	2013	2014	Veränderung	
Gesamtertrag	377	459	+22%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Starkes Kommissionswachstum insbesondere bei externen Kunden aufgrund grösserer Vermögensbasis und des erstmaligen Einbezugs von Corpus Sireo im Q4 2014</li> </ul>
– Versicherungsgeschäft	228	235	+3%	
– Externe Kunden	149	225	+51%	
Operative Kosten <sup>1)</sup> (bereinigt)	-173	-186	+8%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investitionen in Wachstumsinitiativen im Geschäft mit externen Kunden (ohne Corpus Sireo und Einmaleffekte)</li> </ul>
Segmentergebnis	166	188	+13%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Höhere Erträge durch Wachstumsinitiativen teilweise aufgehoben</li> </ul>
Nettoneugelder von externen Kunden	5 628	4 456	-21%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Starke Zuflüsse bei institutionellen Mandaten und Immobilien, Geldmarktfonds stabil</li> </ul>
Verwaltete Vermögen	155 081	182 992	+18%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Höhere Nettozuflüsse und Bewertungen</li> </ul>
– Versicherungsgeschäft	127 499	149 262	+17%	
– Externe Kunden <sup>2)</sup>	27 582	33 730	+22%	

Corpus Sireo (nur Q4):

- Gesamtertrag: CHF 56 Mio.
- Segmentergebnis: CHF 14 Mio.
- Verwaltete Vermögen: CHF 2,4 Mrd.
- Bewirtschaftete Immobilien: CHF 14,8 Mrd.

1) Ohne nicht zugeordnete Konzernkosten 2) Ohne von Corpus Sireo und Livit verwaltete Immobilien

# Anlageergebnis

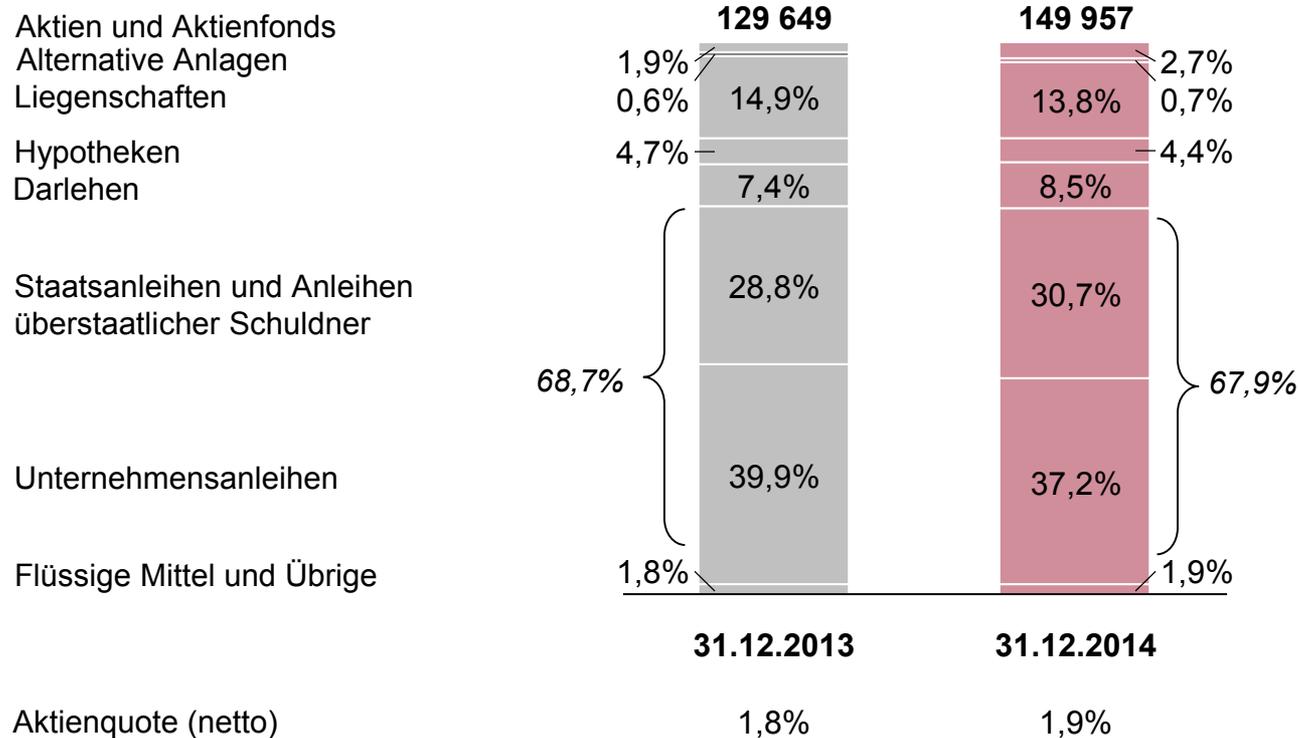
Mio. CHF (Basis: IFRS), auf eigenes Risiko gehaltene Kapitalanlagen im Versicherungsgeschäft

	2013	2014
Direkte Erträge aus Kapitalanlagen	4 296	4 467
Direkte Erträge aus Kapitalanlagen in %	3,4%	3,3%
Kosten	-276	-278
Nettokapitalgewinne/-verluste und Wertberichtigungen <sup>1)</sup>	930	947
Nettokapitalerträge	4 949	5 136
Nettoanlagerendite	3,9%	3,8%
Veränderung der nicht realisierten Gewinne/Verluste auf Kapitalanlagen	-5 813	10 909
Total Kapitalerträge	-864	16 045
Gesamtpformance in %	-0,7%	11,9%
Durchschnittliche Kapitalanlagen (netto)	125 581	134 697

1) Inklusive Währungsgewinnen/-verlusten auf hybridem Kapital (2013: CHF -29 Mio.; 2014: CHF 36 Mio.)

# Anlageportfolio

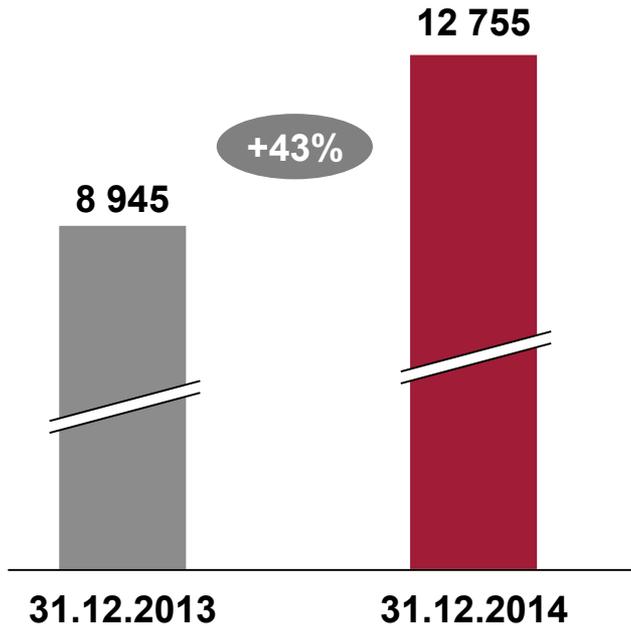
Mio. CHF (Basis: Fair Value), auf eigenes Risiko gehaltene Kapitalanlagen im Versicherungsgeschäft<sup>1)</sup>



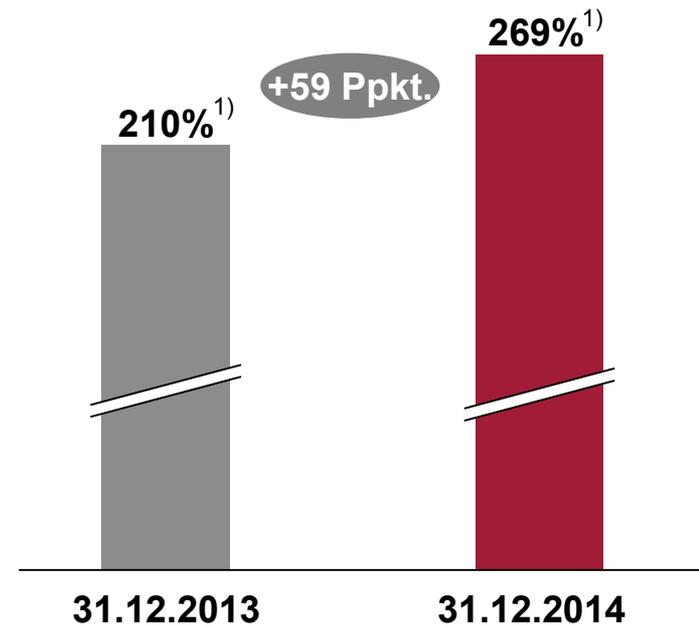
1) Ohne Repo-Positionen von CHF -2 054 Mio. im Jahr 2013 und CHF -2 780 Mio. im Jahr 2014

# Eigenkapital und Gruppensolvabilität

**Eigenkapital vor Minderheitsanteilen**  
Mio. CHF (Basis: IFRS)



**Gruppensolvabilität**  
Basis: Eigenkapital gemäss IFRS



1) Ohne nicht realisierte Gewinne/Verluste auf Anleihen: 196% (2013) und 196% (2014)

# «Swiss Life 2015»: Erträge steigern und Belastbarkeit des Geschäftsmodells ausbauen

## Strategische Stossrichtungen

### Kundenversprechen

- 1 Erhöhung der Qualität und der Anzahl Kundenkontakte

	Massnahmen	Ziel
2 <b>Angebotspalette</b>	Profitable und flexible Eigenprodukte, Ausbau des Angebots von Drittanbietern	<ul style="list-style-type: none"><li>• Neugeschäftsmarge: &gt;1,5%</li><li>• Produktmix im Neugeschäft: ~85% Risiko-, moderne und modern-traditionelle Produkte</li></ul>
3 <b>Distribution</b>	Stärkung der Beratungsqualität und Führung der Produkt- und Vertriebsorganisation aus einer Hand	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kommissions- und Gebührenerträge: um 20 bis 25% steigern</li></ul>
4 <b>Effizienz und Qualität</b>	Weitere Verbesserung der operativen Schlagkraft	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kosteneinsparungen: CHF 130 bis 160 Mio. (Projektsicht)</li><li>• Effizienz: Effizienzgewinne verbessern</li></ul>
5 <b>Finanzkraft</b>	Stärkung der Finanzkraft und der Widerstandsfähigkeit des Geschäftsmodells	<ul style="list-style-type: none"><li>• Bereinigte Eigenkapitalrendite: 8 bis 10%</li><li>• Dividendenauszahlung: 20 bis 40%</li></ul>

### Ertragsquellen:

- Sparergebnis <50%
- Risiko- und Kommissionsergebnis 60 bis 70%
- Verwaltungskostenergebnis >0%

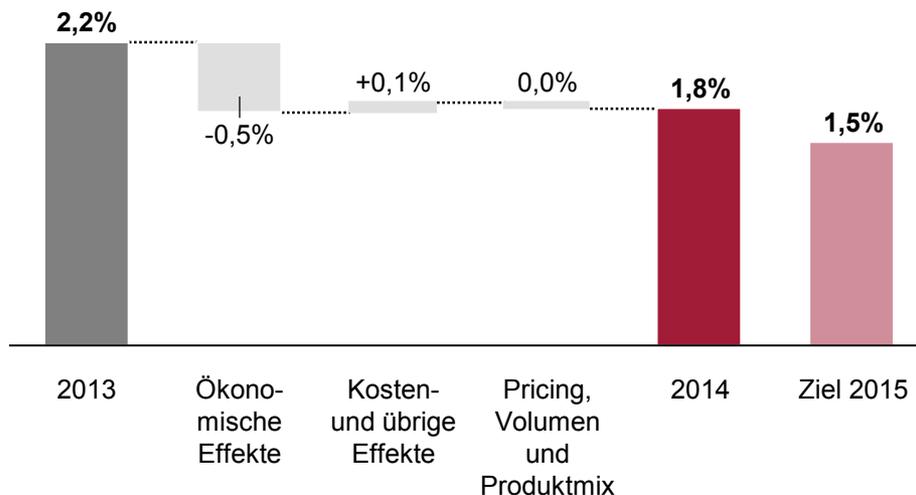
# Weitere Fortschritte in unserem Kundenorientierungsprogramm

Kundenwert	<p><b>Kundenbasis nach aktueller und potenzieller Perspektive des Einzelnen segmentiert</b></p> <p><i>z. B. Kundenwertmodell in der Schweiz:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Effizienz der Betreuung steigern</li> <li>• Potenzial jedes Kunden ausschöpfen</li> </ul>
Beratung	<p><b>Vertriebsunterstützung verbessert, um die Kundenbeziehung besser zu nutzen</b></p> <p><i>z. B. senkte Chase de Vere die Zahl der betreuten Haushalte pro Berater von 200 auf 150.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mehr Zeit, um einen Service von einheitlich hoher Qualität zu liefern</li> <li>• Cross- und Upselling-Möglichkeiten verbessern</li> </ul>
Digitalisierung	<p><b>Palette digitaler Angebote erweitert, damit Kunden rund um die Uhr Zugang haben</b></p> <p><i>z. B. Smartphone-App «mySwissLife» in Frankreich:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Daten auf jedem Mobilgerät abrufen und verwalten</li> <li>• Volle Autonomie für den Kunden im Umgang mit seinem Portfolio</li> </ul>
Stimme des Kunden	<p><b>Direktes Kundenfeedback: über 10 000 Rückmeldungen von wichtigen Kontaktpunkten</b></p> <p><i>z. B. verkürzte Deutschland die Bearbeitungszeit bei der Kundenbetreuung deutlich</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Intelligente E-Mail-Filter, um Nachrichten nach Dringlichkeit zu priorisieren</li> </ul>
Kultureller Wandel	<p><b>Kultureller Wandel zu einer kundenorientierten Organisation schreitet voran</b></p> <p><i>z. B. gruppenweites Projekt «100 Mitarbeitende besuchen 100 Kunden»:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Beteiligungsprogramm zur Verankerung des Lebens unserer Kunden im Unternehmen</li> </ul>

Die Kundenorientierung von Swiss Life deckt sowohl die interne, externe als auch die finanzielle Perspektive ab und hat zum Ziel, Swiss Life zu einer kundenzentrierten Organisation zu machen

# Anhaltende Preisdisziplin und laufendes Margenmanagement

Margenentwicklung im Neugeschäft  
(VNB in % des PVNBP)



## Ökonomische Effekte

- Anspruchsvolles Kapitalmarktumfeld mit erheblich tieferen Zinssätzen

## Kosten- und übrige Effekte

- Weiterhin positive Kostenentwicklung

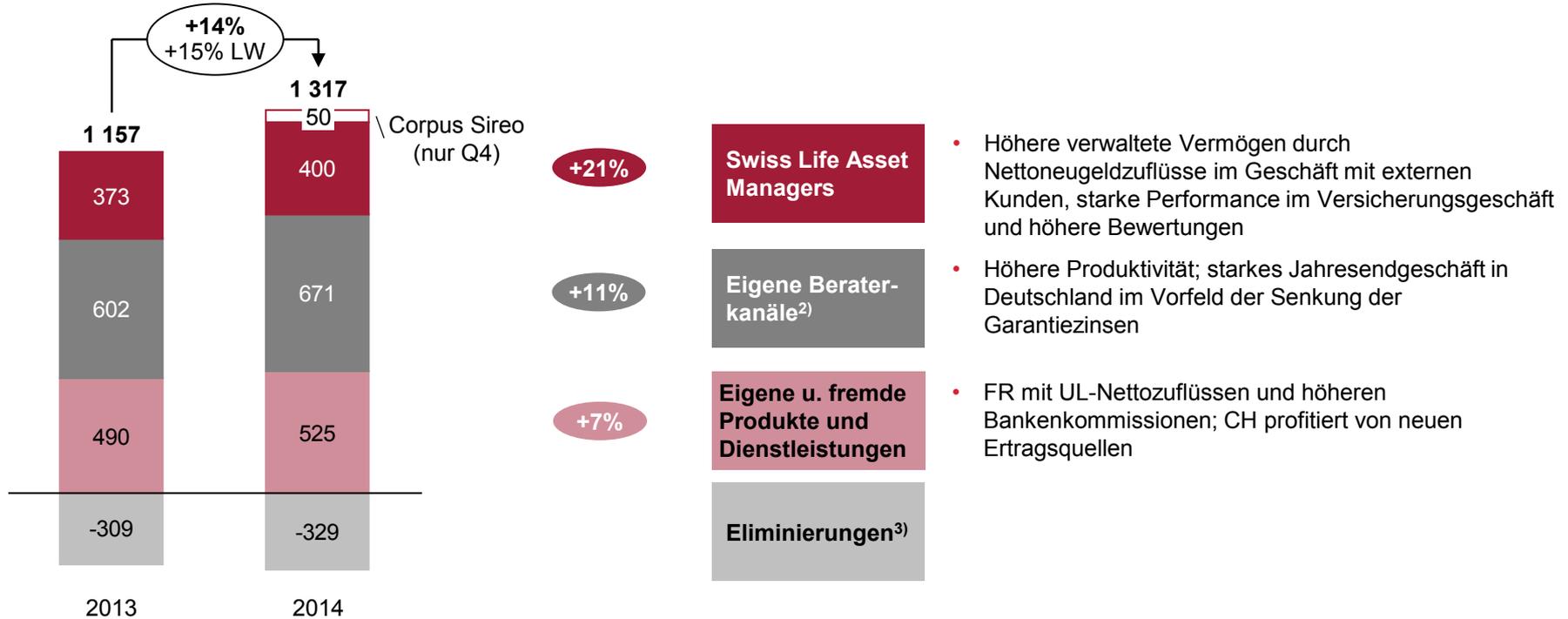
## Pricing, Volumen und Produktmix

- Anhaltende Fokussierung auf Profitabilität in allen Einheiten
- CH: Starke Produktion im Lebengeschäft KV und EV; neues Einmalprämienprodukt lanciert
- FR: Höhere Volumen im Lebengeschäft; bessere Marge; höherer UL-Anteil
- DE: Höherer Anteil des Risikogeschäfts; Preisanpassungsmassnahmen; tiefere Abschlusskosten
- IN: Höhere Kommissionen überkompensierten tiefere Volumen

<b>PVNBP</b>	12 929	<b>14 414</b>
<b>APE</b>	1 184	1 304
<b>VNB</b>	289	255
<b>NBM (APE)</b>	24,4%	19,5%

# Starkes Wachstum der Kommissions- und Gebührenerträge in allen Bereichen

Kommissions- und Gebührenerträge<sup>1)</sup>, Mio. CHF



- Höhere verwaltete Vermögen durch Nettoneugeldzuflüsse im Geschäft mit externen Kunden, starke Performance im Versicherungsgeschäft und höhere Bewertungen
- Höhere Produktivität; starkes Jahresendgeschäft in Deutschland im Vorfeld der Senkung der Garantiezinsen
- FR mit UL-Nettozuflüssen und höheren Bankkommissionen; CH profitiert von neuen Ertragsquellen

1) Verdiente Policengebühren (netto) und Erträge aus Gebühren, Kommissionen und Provisionen (brutto), einschliesslich Asset-Management-Gebühren

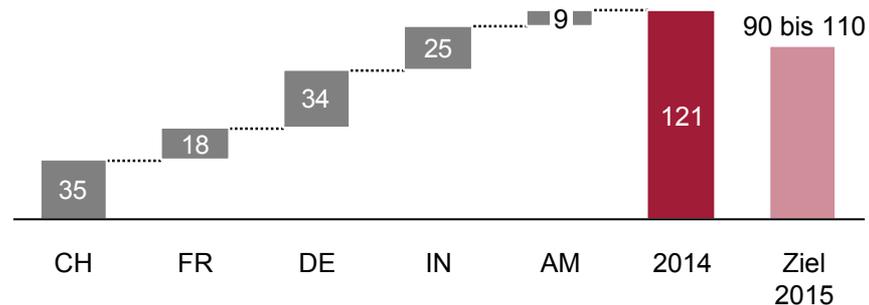
2) Swiss Life Select, tecis, HORBACH, Proventus, Chase de Vere und Pôle Agami

3) Eliminierungen sind der Vermögensverwaltung im Versicherungsgeschäft und den eigenen Beraterkanälen zuzurechnen

# Geplante Kosteneinsparungen bereits 2014 umgesetzt

Mio. CHF (Projektsicht), vs. Kostenbasis 2011

## Einsparungen bei operativen Kosten<sup>1)</sup>



## Einsparungen bei variablen Abschlusskosten<sup>1)</sup>



Einsparungen bei operativen Kosten übersteigen Zielbereich

- CH: Personalabbau, v. a. in IT; Optimierung bei Liegenschaften und Infrastruktur; weniger Fachhonorare
- FR: Weitere Optimierungen von Geschäftsprozessen
- DE: Tieferer Backoffice-Kosten, v. a. bei eigenen Beraterkanälen; Optimierung von Vertriebsunterstützung und Prozessen
- IN: Fortgesetzte Kostenmassnahmen in allen Geschäftsbereichen
- AM: Steigerung der operativen Effizienz nach Einführung des gruppenweiten Asset-Management-Systems

Bis 2014 sind insgesamt CHF 118 Mio. einmalige Restrukturierungskosten angefallen (CHF 18 Mio. seit Ende 2013)

Einsparungen bei variablen Abschlusskosten am unteren Ende des Zielbereichs

- CH: Anpassungen bei der Vergütung des Aussendienstes
- FR: Änderung des Kommissionsschemas für Broker in der Krankenversicherung
- DE: Optimierung der Vertriebsstruktur

<sup>1)</sup> Zum konstanten Wechselkurs von 1.20 CHF/EUR

# Weiter verbesserte Effizienzquoten

Basis: IFRS bereinigt

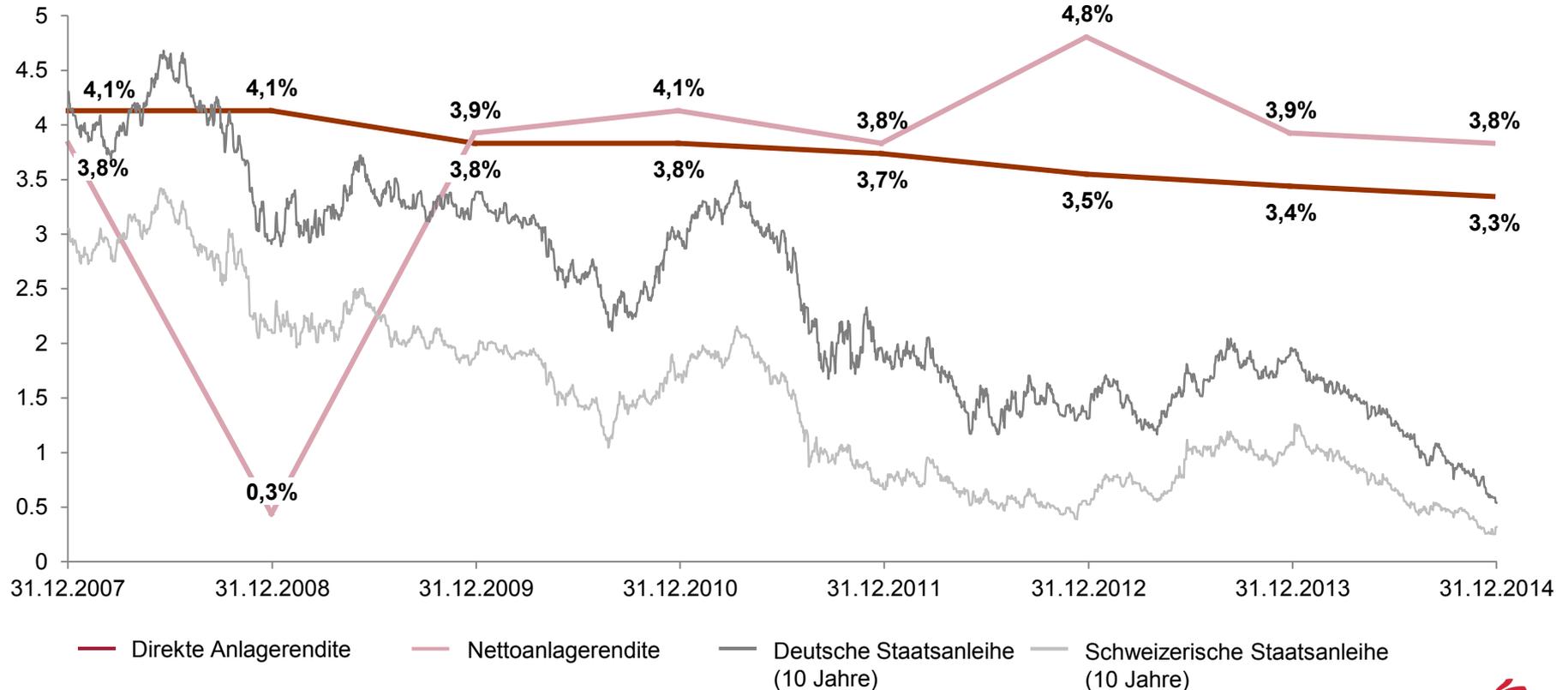
**Operative Kosten in % der durchschnittlichen technischen Rückstellungen (ohne latente Überschussbeteiligung)**  
Ohne Aufwand für eigene Beraterkanäle

	2008	2012	2013	2014	Veränderung vs. 2013	2015P
Schweiz	0,81%	0,54%	0,51%	0,47%	-4 BP	
Frankreich	1,96%	1,57%	1,50%	1,43%	-7 BP	
<i>Frankreich Leben</i>	<i>0,79%</i>	<i>0,67%</i>	<i>0,66%</i>	0,61%	-5 BP	
Deutschland	0,88%	0,78%	0,75%	0,74%	-2 BP	
International	0,91%	0,38%	0,36%	0,33%	-3 BP	
<b>Total Versicherung<sup>1)</sup></b>	<b>0,99%</b>	<b>0,72%</b>	<b>0,69%</b>	<b>0,65%</b>	<b>-4 BP</b>	<b>0,63%-0,68%</b>

1) Währungsbereinigt

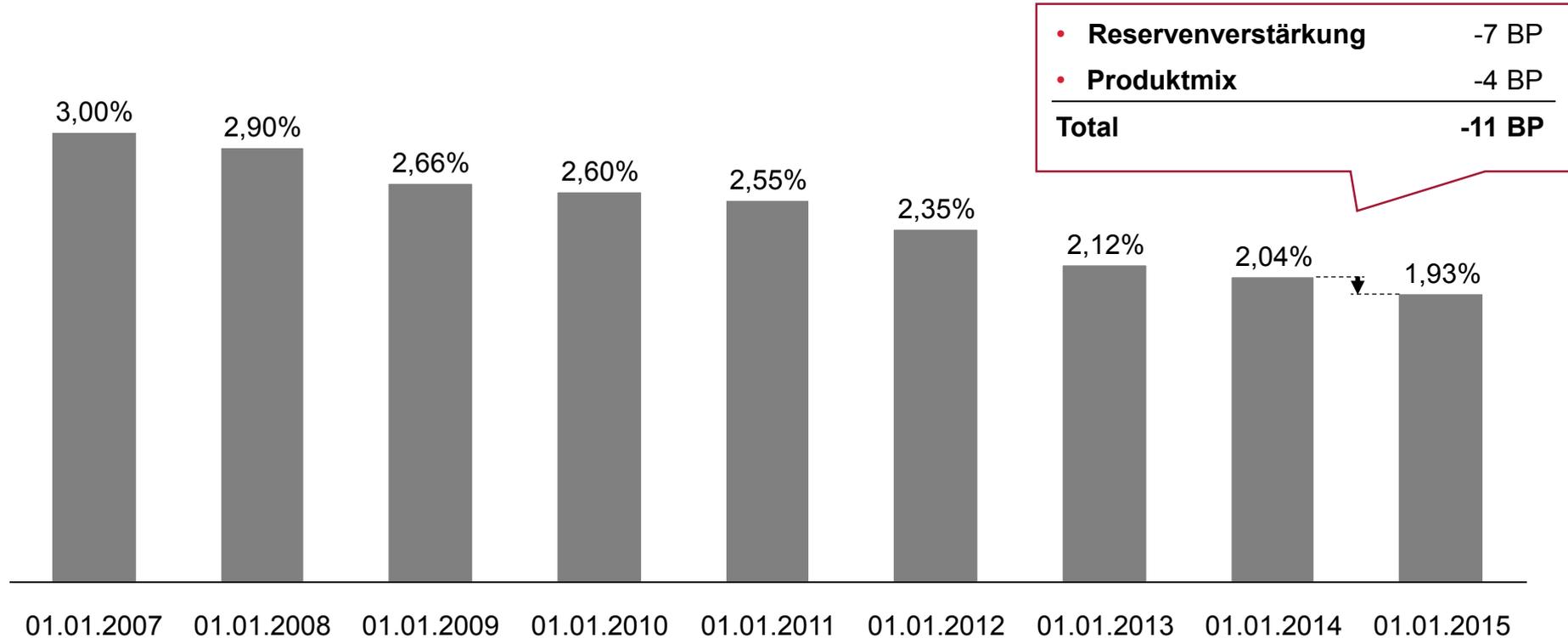
# Anhaltend hohe Renditen im Tiefzinsumfeld erzielt

Direkte Anlagerendite und Nettoanlagerendite (Basis: IFRS; in %)



# Durchschnittlicher technischer Zins weiter reduziert

Statutarische Basis



# Ertragsquellen diversifiziert dank verbesserten Risiko- und Kommissionsergebnissen

Mio. CHF (Basis: IFRS)

	2013 bereinigt		2014 bereinigt	
Sparergebnis	835	69%	689	55%
Risikoergebnis	270	22%	395	32%
Kostenergebnis	-142	-12%	-151	-12%
- <i>Verwaltungskostenergebnis (brutto<sup>1)</sup>)</i>	67	+6%	73	+6%
Kommissionsergebnis	190	16%	269	22%
Übrige und Eliminationen	51	4%	46	4%
<b>Segmentergebnis</b>	<b>1 205</b>	<b>100%</b>	<b>1 249</b>	<b>100%</b>
- Nicht zugeordnete Konzernkosten	-65		-66	
<b>Betriebsgewinn</b>	<b>1 139</b>		<b>1 182</b>	

1) Brutto = vor Überschussbeteiligung der Versicherungsnehmer

# «Swiss Life 2015»: Ziele mehrheitlich ein Jahr früher erreicht

## Strategische Stossrichtungen

### Ziel

### Stand

<b>1</b> <b>Kundenversprechen</b> Erhöhung der Qualität und der Anzahl Kundenkontakte 	<b>2</b> <b>Angebotspalette</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Neugeschäftsmarge: &gt;1,5%</li> <li>Produktmix im Neugeschäft: ~85% Risiko-, moderne und modern-traditionelle Produkte</li> </ul>	 
	<b>3</b> <b>Distribution</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kommissions- und Gebührenerträge: um 20 bis 25% steigern</li> </ul>	
	<b>4</b> <b>Effizienz und Qualität</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kosteneinsparungen: CHF 130 bis 160 Mio. (Projektsicht)</li> <li>Effizienz: Effizienzgewinne verbessern</li> </ul>	 
	<b>5</b> <b>Finanzkraft</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bereinigte Eigenkapitalrendite: 8 bis 10%</li> <li>Dividendenauszahlung: 20 bis 40%</li> </ul>	 

### Ertragsquellen:

- Sparergebnis <50%
- Risiko- und Kommissionsergebnis 60 bis 70%
- Verwaltungskostenergebnis >0%

# Widerstandsfähiges Geschäftsmodell und begrenzte Auswirkungen der SNB-Entscheide

## Richtige Vorkehrungen getroffen

- Fremdwährungsrisiken im Versicherungsportfolio vollständig abgesichert
- Diszipliniertes Asset-Liability-Management zum Schutz der Zinsmarge
- Weiterhin diszipliniertes Produkt- und Margenmanagement

## Herausforderungen

- Negativer Umrechnungseffekt auf Gewinn ausländischer Versicherungssegmente (hypothetischer Effekt auf Basis des Geschäftsergebnis 2014 von CHF 35 Mio. bei einem Wechselkurs EUR/CHF von 1.05)
- Druck auf direkte Anlagerendite
- Mittelfristig höhere Absicherungskosten
- Rückgang des Neugeschäfts erwartet, da Profitabilität vor Wachstum kommt

## Fazit

- Einfluss auf SST und Pufferbildung vernachlässigbar
- Dividenden nicht betroffen
- Entschlossen, die Ziele von Swiss Life 2015 zu erreichen

# Agenda

Überblick

Ergebnisse und  
«Swiss Life 2015»



**Q&A**

Patrick Frost

Thomas Buess

**Patrick Frost**

# Hinweise zu zukunftsbezogenen Aussagen

Die vorliegende Präsentation wurde von Swiss Life erstellt. Ohne deren ausdrückliche Ermächtigung darf die Präsentation durch den Empfänger weder kopiert, noch angeboten, verkauft oder anderweitig an Dritte verbreitet werden. Obwohl mit aller angemessenen Sorgfalt vorgegangen wurde, um sicherzustellen, dass die in der vorliegenden Präsentation dargestellten Tatsachen zutreffend und die gemachten Aussagen gerechtfertigt und nachvollziehbar sind, dient das vorliegende Dokument einzig dazu, eine Einführung in und eine Übersicht über die Geschäftstätigkeit von Swiss Life zu geben. Eine Übernahme von Informationen und statistischen Daten aus externen Quellen bedeutet nicht, dass Swiss Life diese Informationen bzw. Daten als korrekt erachtet oder für ihre Richtigkeit Gewähr leistet. Weder Swiss Life noch ihre Verwaltungsräte, Geschäftsführer, Führungskräfte, Mitarbeitenden und externen Berater oder andere Personen haften für Schäden oder Verluste irgendwelcher Art, die sich direkt oder indirekt aus der Verwendung der vorliegenden Informationen ergeben. Die hier dargestellten Tatsachen und Informationen entsprechen soweit als möglich dem neusten Stand; vorbehalten bleiben jedoch mögliche künftige Änderungen. Weder Swiss Life noch ihre Verwaltungsräte, Geschäftsführer, Führungskräfte, Mitarbeitenden und externen Berater oder andere Personen geben eine ausdrückliche oder implizite Zusicherung oder Gewährleistung bezüglich der Richtigkeit oder Vollständigkeit der in der vorliegenden Präsentation enthaltenen Informationen. Die vorliegende Präsentation kann Prognosen oder andere in die Zukunft gerichtete Aussagen zu Swiss Life enthalten, die mit Risiken und Unsicherheiten verbunden sind. Die Leser werden hiermit darauf hingewiesen, dass es sich bei diesen zukunftsgerichteten Aussagen lediglich um Prognosen handelt, die wesentlich von den in Zukunft tatsächlich erzielten Ergebnissen bzw. den in Zukunft tatsächlich eintretenden Ereignissen abweichen können. Alle zukunftsgerichteten Aussagen beruhen auf Informationen, die Swiss Life zum Zeitpunkt der Veröffentlichung der vorliegenden Präsentation zugänglich waren. Unter Vorbehalt zwingenden Rechts ist Swiss Life nicht verpflichtet, entsprechende Aussagen zu aktualisieren. Die vorliegende Präsentation stellt weder ein Angebot noch eine Aufforderung zum Kauf von Swiss Life-Aktien dar.

# Kontaktdetails und Finanzkalender

## Kontakt

Media Relations Hotline

Telefon: +41 (43) 284 77 77

E-Mail: [media.relations@swisslife.ch](mailto:media.relations@swisslife.ch)

## Finanzkalender

Publikation Geschäftsbericht 2014	16. März 2015
Generalversammlung 2014	27. April 2015
Zwischenmitteilung Q1 2015	12. Mai 2015
Halbjahresergebnisse 2015	14. August 2015
Zwischenmitteilung Q3 2015	12. November 2015
Investors' Day 2015	25. November 2015

Für weitere Informationen besuchen Sie unsere Webseite: [www.swisslife.com](http://www.swisslife.com)