

# **Halbjahresergebnis 2010**

## **Medienpräsentation**

**Zürich, 18. August 2010**

# Agenda

## → Übersicht

Ergebnisse und  
MILESTONE-Update

Ausblick

**Bruno Pfister**

Thomas Buess

Bruno Pfister

# Übersicht: Entscheidende Kennzahlen weiter verbessert



- Reingewinn gesteigert auf CHF 269 Mio. (HJ 2009: CHF 139 Mio.)
- Operative Kosten gemäss MILESTONE-Ziel um weitere 8% gesenkt
- Prämienwachstum von 20% (in lokaler Währung)
- Gute, stabile Nettoanlagerendite von 1,8%
- IFRS-Eigenkapital gegenüber 2009 um 7% auf CHF 7,7 Mrd. erhöht
- Gruppensolvabilität auf 175% verbessert (31.12.2009: 164%)
- Anteil moderner Produkte im Neugeschäft auf 72% gesteigert (Ziel für 2012 übertroffen)
- Lokaler EBIT von AWD auf EUR 20,4 Mio. gesteigert dank greifender Restrukturierungsmassnahmen (HJ 2009: EUR -10,3 Mio.)
- Neugeschäftsmarge von 0,9%; trotz tiefer Zinsen auf Niveau per Ende 2009 gehalten
- Eigenkapitalrendite von 7,3%

# Kennzahlen

HJ 2010 vs. HJ 2009

Reingewinn	➔	CHF 269 Mio.	+94%
Betriebsgewinn	➔	CHF 415 Mio.	+65%
Neugeschäftsmarge (in % des PVNBP)	➔	0,9%	-0,3 Ppkt.
Prämienvolumen (in lokaler Währung)	➔	CHF 12,2 Mrd.	+20%
Eigenkapital (vor Minderheitsanteilen)	➔	CHF 7,7 Mrd.	+7%
Gruppensolvabilität	➔	175%	+11 Ppkt.

# Agenda

Übersicht

Bruno Pfister

→ **Ergebnisse und  
MILESTONE-Update**

**Thomas Buess**

Ausblick

Bruno Pfister

# Erfolgsrechnung

Mio. CHF (Basis: IFRS)

<b>Fortgeführtes Geschäft</b>	<b>HJ 2009</b>	<b>HJ 2010</b>
Bruttoprämien <sup>1)</sup>	10 387	12 241
Kommissionserträge <sup>2)</sup>	450	467
Finanzergebnis auf eigenes Risiko	2 122	2 155
Versicherungsleistungen und Schadenfälle (netto)	-7 446	-7 627
Überschussbeteiligung der Versicherungsnehmer	-651	-762
Betriebsaufwand	-1 646	-1 574
<b>Betriebsgewinn</b>	<b>251</b>	<b>415</b>
Fremdkapitalkosten	-81	-54
Ergebnisanteile an assoziierten Unternehmen	6	2
Ertragssteueraufwand	-4	-94
<b>Reingewinn aus fortgeführtem Geschäft</b>	<b>172</b>	<b>269</b>
Ergebnis aus nicht fortgeführtem Geschäft	-33	-
<b>Reingewinn</b>	<b>139</b>	<b>269</b>
Ergebnis je Aktie (in CHF) <sup>3)</sup>	4.56	8.36

1) Verbuchte Bruttoprämien, Policengebühren und erhaltene Einlagen

2) Ertrag aus Gebühren, Kommissionen und Provisionen

3) Verwässert, auf Basis von 32 022 677 Aktien im HJ 2010 und 31 301 745 Aktien im HJ 2009



# Versicherungsgeschäft Schweiz

Mio. CHF (Basis: IFRS; MCEV)

	HJ 2009	HJ 2010	Veränderung
Bruttoprämien <sup>1)</sup>	5 334	5 285	-1% <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ KV: Prämienvolumen stabil (Markt: +2%), höhere periodische Prämien dank weniger Kündigungen, tiefere Einmalprämien</li> <li>▪ EV: -8% (Markt: -4%), Auswirkung der Margenfokussierung</li> </ul>
Operative Kosten <sup>2)</sup>	-228	-206	-10% <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Auswirkung der Sparmassnahmen</li> </ul>
Segmentergebnis	193	282	+46% <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Operative Verbesserungen, gute Anlageerträge, stabiles Risikoergebnis</li> </ul>
Neugeschäftsvolumen (PVNBP)	2 583	1 916	-26% <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ +4% nach Anpassung der Prämienbestimmung für das HJ 09</li> </ul>
Neugeschäftsmarge (in % des PVNBP)	1,5%	0,6%	-0,9 Ppkt. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Positiv: Kostensenkung, Anpassung EV-Bestimmungen, verbesserte biometrische Grundlagen</li> <li>▪ Negativ: tiefere Zinsen, Eliminierung der Liquiditätsprämie</li> </ul>

1) Verbuchte Bruttoprämien, Policengebühren und erhaltene Einlagen

2) Ohne nicht zugeordnete Konzernkosten

# Versicherungsgeschäft Frankreich

Mio. EUR (Basis: IFRS; MCEV)

	HJ 2009	HJ 2010	Veränderung
Bruttoprämien <sup>1)</sup>	1 676	1 971	+18% <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Leben-Geschäft: +36% (Markt: +8%), Krankenversicherung stabil</li> <li>▪ Anteil Unit Linked (UL): +22% (Markt: +13%)</li> </ul>
Operative Kosten <sup>2)</sup>	-144	-146	+1% <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kostenanstieg kleiner als Wachstum</li> </ul>
Segmentergebnis	46	33	-28% <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tieferes Finanzergebnis</li> </ul>
Neugeschäftsvolumen (PVNBP)	1 273	1 849	+45% <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Höhere Neugeschäftsproduktion im Leben-Geschäft; Wechsel zu MCEV in der Krankenversicherung</li> </ul>
Neugeschäftsmarge (in % des PVNBP)	1,0%	0,6%	-0,4 Ppkt. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Anstieg der UL wird durch Rückgang der Risikoprodukte neutralisiert</li> <li>▪ Ungünstiges Wirtschaftsumfeld und Eliminierung der Liquiditätsprämie</li> </ul>

1) Verbuchte Bruttoprämien, Policengebühren und erhaltene Einlagen

2) Ohne nicht zugeordnete Konzernkosten



# Versicherungsgeschäft Deutschland

Mio. EUR (Basis: IFRS; MCEV)

	HJ 2009	HJ 2010	Veränderung
Bruttoprämien <sup>1)</sup>	645	736	+14% ■ Wachstum leicht über dem Markt, primär dank Berufsunfähigkeitsprodukten und sofort beginnenden Rentenversicherungen
Operative Kosten <sup>2)</sup>	-56	-53	-5% ■ Auswirkung der ersten MILESTONE-Kostensenkungsinitiativen
Segmentergebnis	20	45	+125% ■ Primär dank besserem Finanzergebnis
Neugeschäftsvolumen (PVNBP)	416	634	+52% ■ Grösseres Verkaufsvolumen
Neugeschäftsmarge (in % des PVNBP)	1,3%	1,4%	+0,1 Ppkt. ■ Margenverbesserung durch tiefere Zuweisungen an Versicherungsnehmer und höheren Anteil an Risikoprodukten

1) Verbuchte Bruttoprämien, Policengebühren und erhaltene Einlagen

2) Ohne nicht zugeordnete Konzernkosten

# Versicherungsgeschäft Übrige<sup>1)</sup>

Mio. CHF (Basis: IFRS; MCEV)

	HJ 2009	HJ 2010	Veränderung
Bruttoprämien <sup>2)</sup>	1 573	3 072	+95% ■ Starkes Wachstum bei PPLI
Operative Kosten <sup>3)</sup>	-46	-48	+4% ■ Investitionen in Wachstum und Produktplattformen
Segmentergebnis	-14	-6	+57% ■ PPLI wird profitabel; CS verbessert bereits gutes Ergebnis
Neugeschäftsvolumen (PVNBP <sup>4)</sup> )	1 430	2 667	+87% ■ Gesteigertes Neugeschäftsvolumen von PPLI
Neugeschäftsmarge <sup>4)</sup> (in % des PVNBP)	0,6%	1,2%	+0,6 Ppkt. ■ Fortlaufendes Margenmanagement ■ PPLI erreicht kritische Grösse

1) Umfasst die Bereiche Private Placement Life Insurance (PPLI), Corporate Solutions Luxembourg (CS), Swiss Life Products, Payment Protection Insurance (PPI) und Swiss Life Österreich

2) Verbuchte Bruttoprämien, Policengebühren und erhaltene Einlagen

3) Ohne nicht zugeordnete Konzernkosten

4) Nur PPLI und Corporate Solutions

# AWD

AWD Gruppe, lokaler Abschluss, Mio. EUR (Basis: IFRS)

	HJ 2009	HJ 2010	Veränderung
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>258,3</b>	<b>262,9</b>	<b>+2%</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Veränderung des Produktmix und bessere Konditionen der Produktanbieter</li> </ul>
Deutschland	164,5	166,5	
Österreich, CEE	35,6	36,4	
UK	22,3	23,2	
Schweiz	35,8	36,8	
<b>EBIT</b>	<b>-10,3</b>	<b>20,4</b>	<b>n. m.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Auswirkungen des Restrukturierungsprogramms</li> </ul>
Deutschland	14,9	24,0	
Österreich, CEE	-10,3	-1,6	
UK	0,0	3,3	
Schweiz	2,9	4,2	
Holding	-17,8	-9,5	
<b>EBIT-Marge</b>	<b>-4,0%</b>	<b>7,8%</b>	<b>n. m.</b>
<b>Finanzberater<sup>1)</sup></b>	<b>5 349</b>	<b>5 378</b>	<b>+1%</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fokus auf hohe Beratungsqualität und strengere Beraterauswahl</li> </ul>
<b>Beratene Kunden<sup>1)</sup></b>	<b>243 613</b>	<b>233 300</b>	<b>-4%</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Anspruchsvolles Marktumfeld</li> </ul>

1) Ohne Rumänien und Kroatien

# Kostenentwicklung

Mio. CHF (Basis: IFRS)

	HJ 2009	HJ 2010	Veränderung
<b>Total Betriebsaufwand</b>	<b>1 646</b>	<b>1 574</b>	<b>-4%</b>
Provisionen und Veränderung der aktivierten Abschlusskosten (angepasst) <sup>1)</sup>	-787	-804	
<b>Betriebsaufwand (nicht währungsbereinigt)</b>	<b>859</b>	<b>770</b>	<b>-10%</b>
Restrukturierungsaufwendungen	-5	-3	
Währungseffekt	-24		
<b>Operative Kosten</b>	<b>830</b>	<b>767</b>	<b>-8%</b>

1) Anpassung von CHF 19,7 Mio. im HJ 2009 aufgrund Umgliederung von Fixkosten

# Anlageergebnis

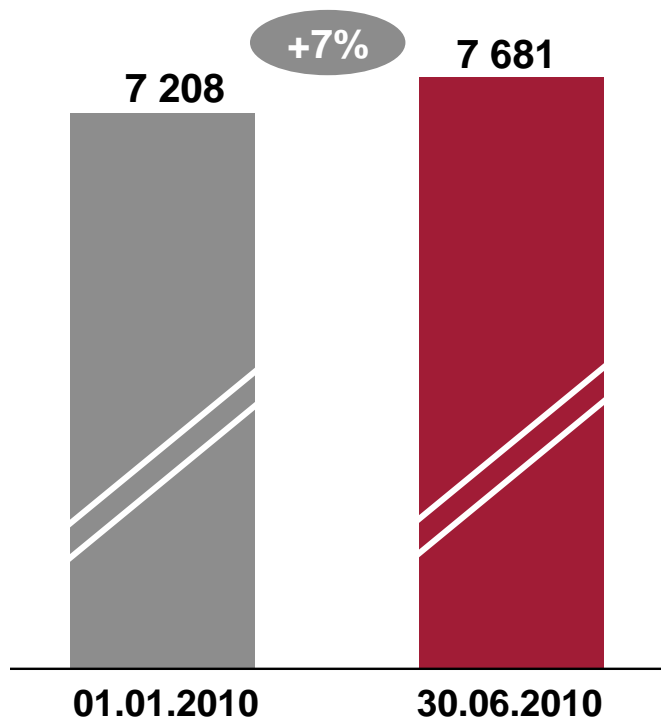
Mio. CHF (Basis: IFRS) – auf eigenes Risiko gehaltene Kapitalanlagen im Versicherungsgeschäft  
 Renditen nicht annualisiert

	HJ 2009	HJ 2010
Direkte Erträge aus Kapitalanlagen	2 119	2 121
Direkte Erträge aus Kapitalanlagen in %	1,9%	1,9%
Kosten	-88	-108
Nettokapitalgewinne/-verluste und Wertberichtigungen	-49	26
Nettokapitalerträge	1 982	2 039
Nettoanlagerendite	1,8%	1,8%
Veränderung der nicht realisierten Gewinne/Verluste auf Kapitalanlagen (netto)	-230	1 863
Total Kapitalerträge	1 752	3 902
Gesamtpformance in %	1,6%	3,5%
Durchschnittliche Kapitalanlagen (netto)	108 861	111 984
Gesamte Anlageperformance (Fair Value) in %	2,0%	4,7%

# Eigenkapital und Gruppensolvabilität

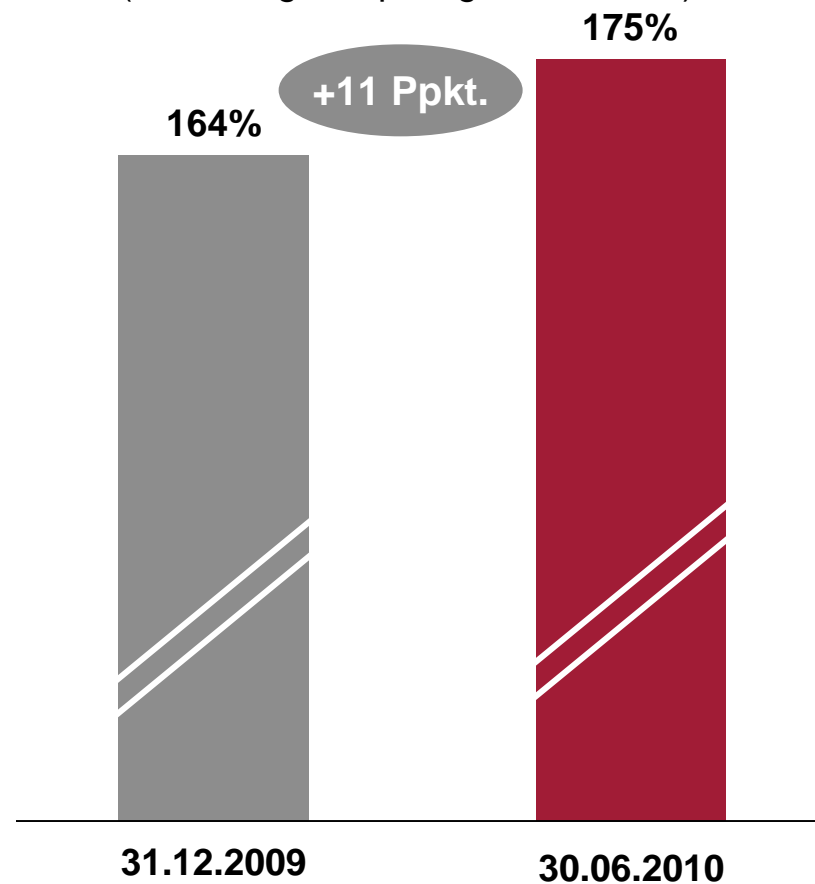
## Eigenkapital (vor Minderheitsanteilen)

Mio. CHF (Basis: IFRS)



## Gruppensolvabilität

(Basis: Eigenkapital gemäss IFRS)

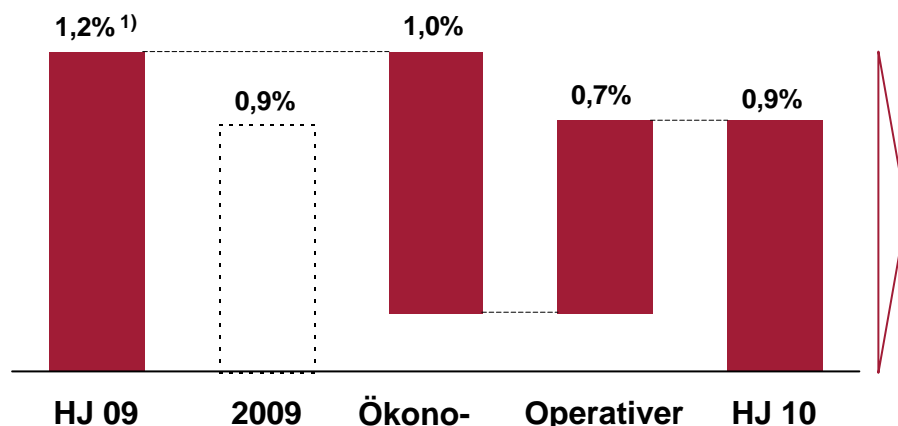


# Programm MILESTONE

Workstream	Ziele		
1 Kundennutzen und Profitabilität erhöhen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fokus: Wert und Gewinnmargen des Neugeschäfts</li> <li>▪ Moderne Produkte und Risikoprodukte fördern</li> </ul>	«Wir wachsen – aber nicht auf Kosten der Profitabilität»	5 Diszipliniert umsetzen
2 Vertriebskraft und -qualität stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mehrkanalvertrieb optimieren</li> <li>▪ AWD-Potenzial voll ausschöpfen</li> </ul>	«Wir wachsen verstärkt via Drittkanäle und AWD»	
3 Operative Effizienz steigern	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kostenziel 2012 verfolgen</li> <li>▪ Kontinuierliche Verbesserung anstreben</li> </ul>	«Wir halten die Kosten tief»	
4 Bilanz stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Initiativen zur Optimierung von Bestandsgeschäft und Risikokapital lancieren</li> </ul>	«Wir bewirtschaften Bestand und Kapital aktiv»	

## MILESTONE neutralisiert negative ökonomische Effekte

Margenentwicklung im Neugeschäft  
(VNB in % des PVNBP)



	HJ 09	2009	Ökonomischer Effekt	Operativer Effekt	HJ 10
<b>PVNBP</b> (Mrd. CHF)	6 589	14 390			7 863
<b>APE</b> (Mio. CHF)	659	1 493			790
<b>VNB</b> (Mio. CHF)	76	123			71
<b>NBM (APE)</b>	11,6%	8,2%			9,0%

Zinseffekt und MILESTONE beeinflussen Margen

### Auswirkungen von MILESTONE

- Höheres Vertriebsvolumen und entsprechende Skaleneffekte: PPLI, DE, FR
- Gruppenweite Kostensenkungsinitiativen
- Preisanpassung und Senkung der Überschussbeteiligung: für CH, FR, DE, PPLI
- Veränderungen im Produktmix  
CH: Verlagerung zu modernen Produkten  
FR: mehr UL im Leben-Geschäft  
DE: hoher Anteil an Risikoprodukten

### Ökonomische Effekte

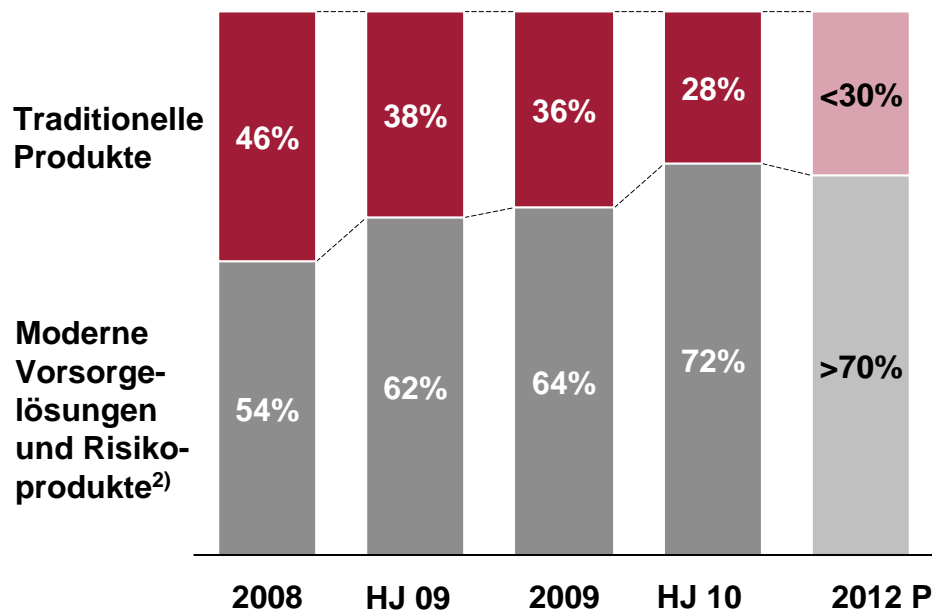
- Tiefere Zinsen
- Höhere Volatilität
- Keine Liquiditätsprämie für 2009 und HJ 10

1) Inkl. Liquiditätsprämie von 50 BP für CH, FR, DE & LU



## Anteil moderner Produkte bereits auf Zielniveau für 2012

Neuer Produktmix (Basis: NBP<sup>1)</sup>) in %



### Verlagerung vor allem durch

- starken Vertrieb von Risikoprodukten in DE
- Life Asset Portfolio als wichtigste Produktlinie von PPLI
- steigenden Anteil fondsgebundener Vorsorgeprodukte (UL) in FR
- lancierte Dienstleistungen und neue Produkte
- Rückzug und Modifikation mehrerer Produkte

### Weitere geplante Services und Produkte

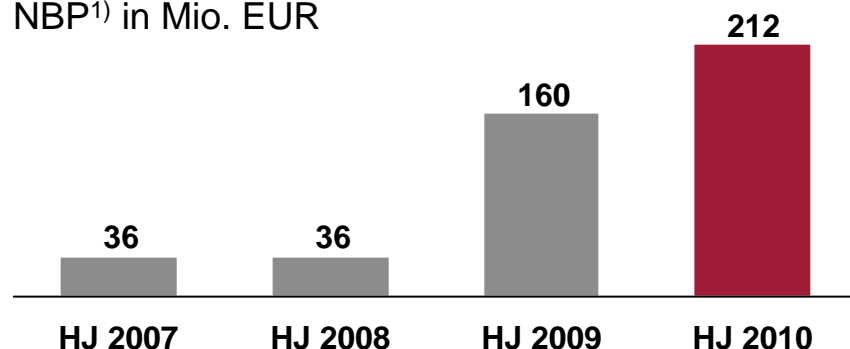
- CH: «Champion Kids», «Champion Lifeplan», «Index II»
- DE: «VA-Riester», Relaunch von Berufsunfähigkeitsprodukten, Modifikation des Fondsportfolios
- FR: Risikoprodukt für Selbständige, neues modulares Krankenversicherungsangebot

1) Neugeschäftsproduktion  
2) Inkl. Krankenversicherung

# Vertrieb über AWD: Gute Entwicklung in Deutschland; herausfordernd in der Schweiz

## Swiss Life in Deutschland – AWD-Kanal

NBP<sup>1)</sup> in Mio. EUR



### Gründe für die Entwicklung

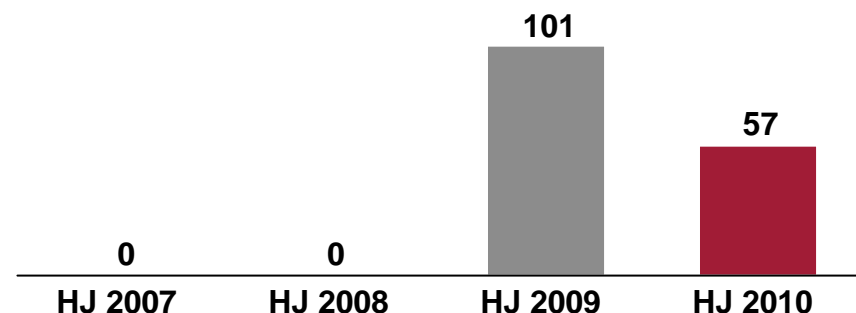
- Erfolgreicher Vertrieb von Champion-Produkten: «Direktversicherung»
- Sehr erfolgreiches Berufsunfähigkeitsprodukt
- Produkte mit Einmalprämie bei AWD eingeführt

### Massnahmen

- Ständige Verbesserung des Produktentwicklungsprozesses, um Best-Select-Anforderungen von AWD zu erfüllen
- Systematisierung des Inputs für den Produktentwicklungsprozess

## Swiss Life in der Schweiz – AWD-Kanal

NBP<sup>1)</sup> in Mio. CHF



### Gründe für die Entwicklung

- Verschärfter Wettbewerb

### Massnahmen

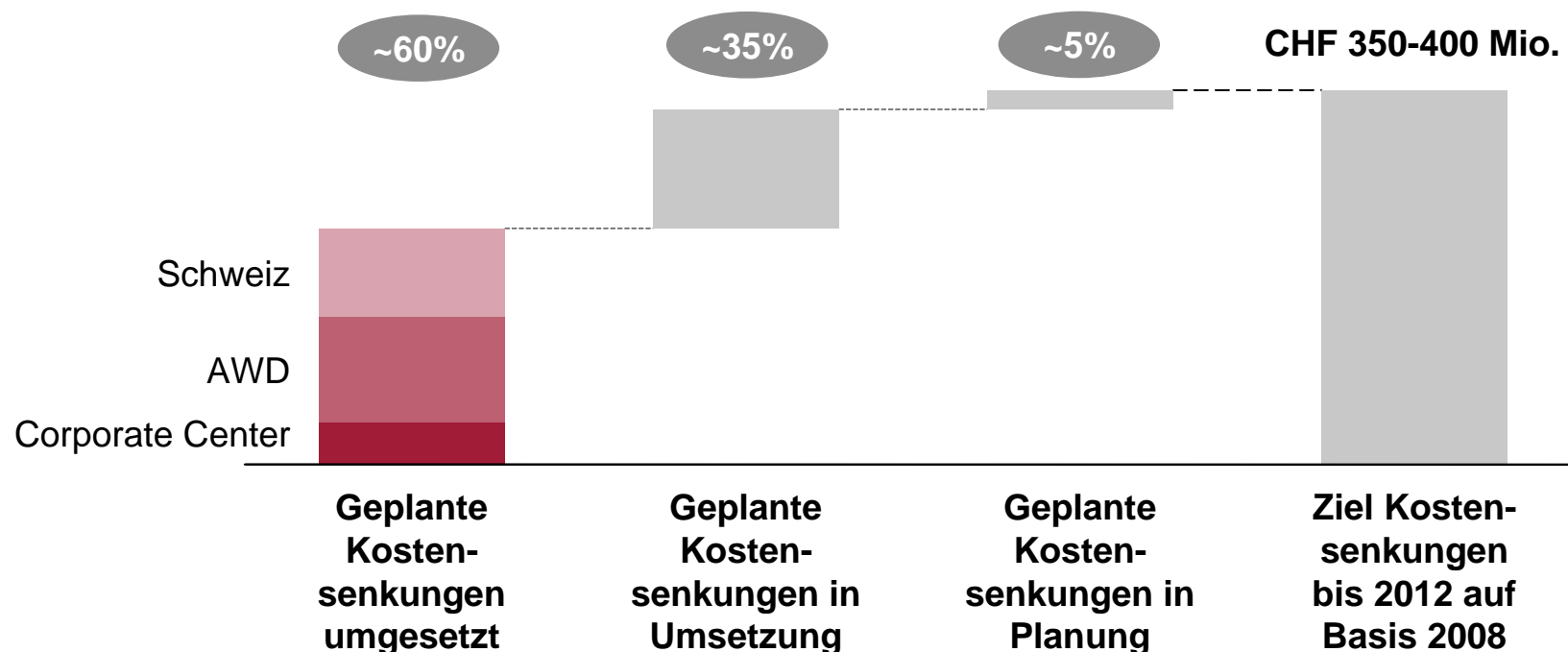
- Neue Produkte lanciert (z. B. «Champion Timeplan»)
- Exklusivpakete für AWD geschnürt (z. B. «Champion Duo Package»)
- Massgeschneiderter Angebotsprozess implementiert
- Service Levels verbessert

1) Neugeschäftsproduktion



# Umgesetzte Kostensenkungsinitiativen werden starke Wirkung im Jahr 2012 zeigen

Stand der Kostensenkungsinitiativen per Mitte 2010



## Wichtigste Meilensteine

- AWD-Kostensenkungsinitiativen fast vollständig umgesetzt
- Initiativen in FR und DE gut angelaufen
- Restrukturierungsaufwendungen von CHF 152 Mio. bereits per Mitte 2010 verbucht



# Veränderungsanalyse Betriebsgewinn

Segmentergebnisse; Mio. CHF (Basis: IFRS)

	HJ 2009	HJ 2010	Veränderung	Durch operative Verbesserungen
<b>Versicherungsgeschäft</b>	<b>294</b>	<b>393</b>	<b>+99</b>	<b>55%</b>
Schweiz	193	282		
Frankreich	70	47		
Deutschland	31	64		
<b>Fee Business</b>	<b>-7</b>	<b>55</b>	<b>+62</b>	<b>100%</b>
Investment Management	35	46		
AWD	-28	15		
Versicherungsgeschäft Übrige	-14	-6		
<b>Nicht zugeordnete Kosten für Gruppenmanagement &amp; übrige</b>	<b>-36</b>	<b>-33</b>	<b>+3</b>	<b>100%</b>
<b>Betriebsgewinn</b>	<b>251</b>	<b>415</b>	<b>+164</b>	<b>73%</b>

**MILESTONE-Umsetzung führt zur Verbesserung der Profitabilität**

# Agenda

Übersicht

Ergebnisse und  
MILESTONE-Update







→ **Ausblick**

Bruno Pfister


Thomas Buess

**Bruno Pfister**

# Ziele für 2012 bestätigt

Workstream	Ziele	Status
<b>1 Kundennutzen und Profitabilität erhöhen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Neugeschäftsmarge &gt; 2,2%</li> <li>&gt; 70% der Neugeschäftsproduktion aus modernen Vorsorgelösungen und Risikoprodukten</li> </ul>	 
<b>2 Vertriebskraft und -qualität stärken</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Anteil von 20 bis 25% der Swiss Life-Produkte in den relevanten AWD-Produktkategorien</li> </ul>	
<b>3 Operative Effizienz steigern</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Senkung der Kostenbasis um CHF 350 bis 400 Mio. gegenüber 2008</li> </ul>	
<b>4 Bilanz stärken</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eigenkapitalrendite 10 bis 12%</li> <li>Dividendenausschüttungsquote 20 bis 40%</li> </ul>	 

**5**

**Diszipliniert umsetzen** 

Regelmässiges Reporting über Erreichtes, Herausforderungen und Massnahmen

# Wrap-up

- ✓ Betriebsergebnis und Reingewinn markant verbessert
- ✓ Gute Wachstumsdynamik bei PPLI, in Frankreich und Deutschland realisiert
- ✓ Stabile Nettoanlagerendite erwirtschaftet
- ✓ IFRS-Eigenkapital und Gruppensolvabilität weiter gestärkt
- ✓ Bewährtes und robustes Asset and Liability Management zur Bewältigung der Tiefzinsphase fortgeführt

# Kontakt details und Finanzkalender

## Kontakt:

Media Relations Hotline

Telefon: +41 (44) 284 77 77

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

## Finanzkalender:

Zwischenmitteilung Q3

10. November 2010

Investors' Day 2010

24. November 2010

Jahresergebnis 2010

02. März 2011

**Aktuelle Informationen finden Sie auf: [www.swisslife.com](http://www.swisslife.com)**



# 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.

**So fängt Zukunft an.**