

# **Halbjahresergebnis 2013 Medienpräsentation**

**Zürich, 14. August 2013**

# Agenda

## → Überblick

Ergebnisse und  
Swiss Life 2015

**Bruno Pfister**

Thomas Buess

# Wichtigste Kennzahlen

HJ 2013 vs. HJ 2012

- ✓ Bereinigter Betriebsgewinn um 16% auf CHF 639 Mio. verbessert
- ✓ Reingewinn um 29% auf CHF 472 Mio. gesteigert
- ✓ Prämienwachstum von 6% auf CHF 10,4 Mrd. (in Lokalwährung)
- ✓ Kommissions- und Gebührenerträge um 5% auf CHF 551 Mio. erhöht
- ✓ Solide direkte Anlagerendite von 1,7% (HJ 2012: 1,8%) und ausgezeichnete Nettoanlagerendite von 2,4% (HJ 2012: 2,7%); Renditen nicht annualisiert
- ✓ Kosten trotz Investitionen in zusätzliche Ertragsquellen stabil; Effizienz weiter verbessert
- ✓ Neugeschäftsmarge von 1,0% auf 2,0% und Wert des Neugeschäfts von CHF 59 Mio. auf CHF 141 Mio. gesteigert
- ✓ Eigenkapitalrendite<sup>1)</sup> von 12,7% (annualisiert); begünstigt durch Einmaleffekte
- ✓ Gruppensolvabilität wegen höheren Zinsen auf 205% gesunken (GJ 2012: 239%); SST basierend auf dem internen Modell im grünen Bereich<sup>2)</sup>

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

# Kennzahlen

HJ 2013 vs. HJ 2012

Betriebsgewinn (bereinigt)	➔	CHF 639 Mio.	+16%
Reingewinn	➔	CHF 472 Mio.	+29%
Neugeschäftsmarge (in % des PVNBP)	➔	2,0%	+1,0 Ppkt.
Prämienvolumen (in Lokalwährung)	➔	CHF 10,4 Mrd.	+6%
Kommissions- und Gebührenerträge	➔	CHF 551 Mio.	+5%
Eigenkapital (vor Minderheitsanteilen)	➔	CHF 8,8 Mrd.	-14% <sup>1)</sup>
Eigenkapitalrendite <sup>2)</sup> (annualisiert)	➔	12,7%	+3,0 Ppkt.
Gruppensolvabilität	➔	205%	-34 Ppkt.

1) HJ 2013 vs. GJ 2012 2) Eigenkapital ohne nicht realisierte Gewinne/Verluste auf Anleihen

# Agenda

Überblick

→ **Ergebnisse und  
Swiss Life 2015**

Bruno Pfister

**Thomas Buess**

# Erfolgsrechnung

Mio. CHF (Basis: IFRS)

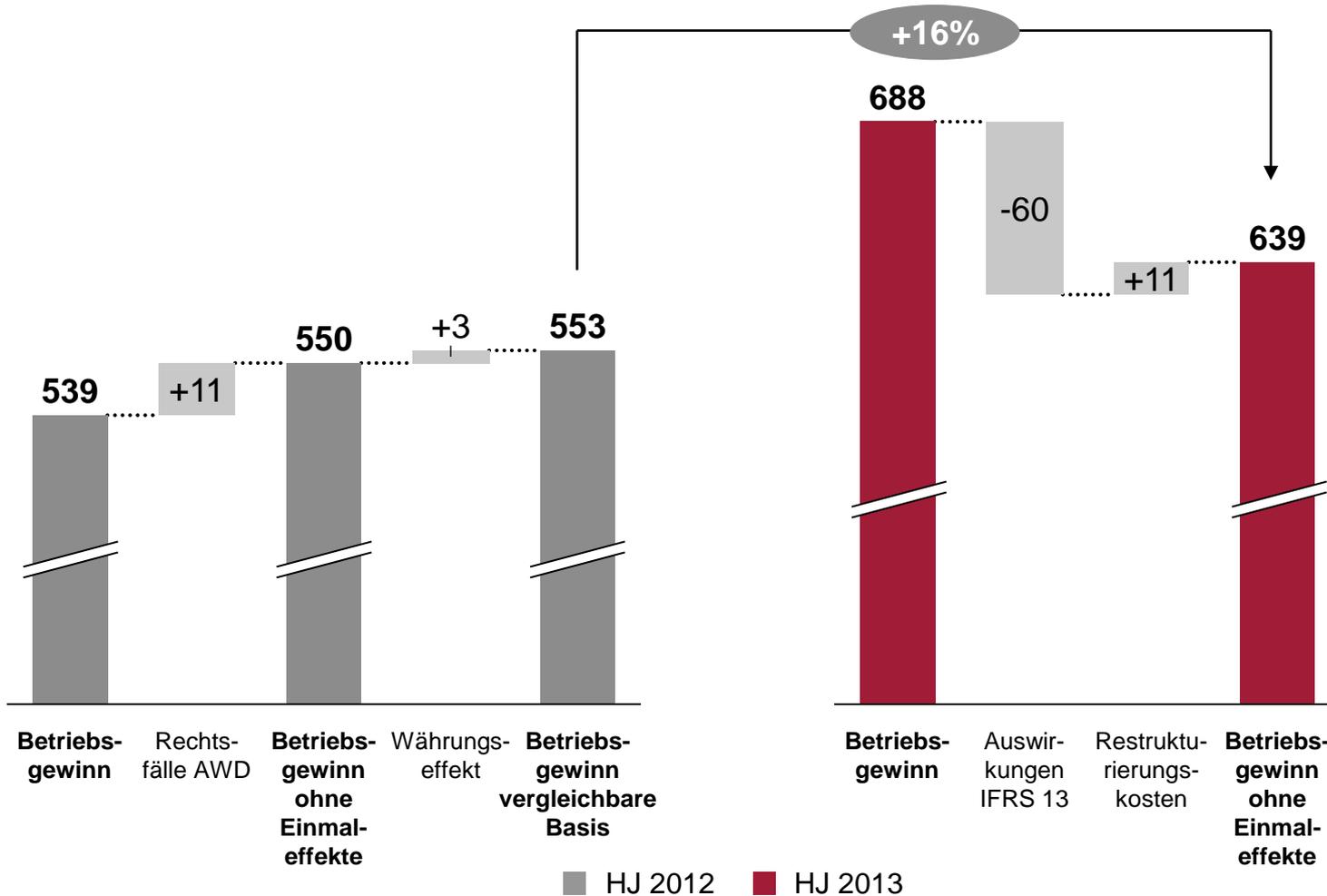
	HJ 2012	HJ 2013
Verbuchte Bruttoprämien, Policengebühren und erhaltene Einlagen	9 837 <sup>1)</sup>	10 368
Ertrag aus Gebühren, Kommissionen und Provisionen	368	393
Finanzergebnis auf eigenes Risiko	3 358	3 238
<i>Nettokapitalerträge Versicherungsportfolio auf eigenes Risiko</i>	3 237	2 994
Versicherungsleistungen und Schadenfälle (netto)	-7 641	-8 284
Überschussbeteiligung der Versicherungsnehmer	-1 637	-1 193
Betriebsaufwand	-1 328	-1 288
<b>Betriebsgewinn</b>	<b>539</b>	<b>688</b>
Fremdkapitalkosten	-62	-68
Ertragssteueraufwand	-112	-148
<b>Reingewinn</b>	<b>365</b>	<b>472</b>
<b>Ergebnis je Aktie (in CHF)<sup>2)</sup></b>	<b>11.38</b>	<b>14.72</b>

1) Prämienvolumen von CHF 9 735 Mio., wenn bereinigt um Anpassung der Prämienfälligkeit in der Schweiz (CHF -103 Mio.)

2) Verwässert, auf Basis von 31 984 812 Aktien im HJ 2012 und 32 054 564 Aktien im HJ 2013

# Betriebsgewinn bereinigt um bedeutende Einmaleffekte

Mio. CHF (Basis: IFRS)



# Geschäftsverlauf Schweiz

Mio. CHF (Basis: IFRS; MCEV)

	HJ 2012	HJ 2013	Veränderung
Verbuchte Bruttoprämien, Policengebühren und erhaltene Einlagen	5 638 <sup>1)</sup>	5 917	+5% <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ KV: +8%; starkes Neugeschäft und tiefere Stornorate</li> <li>▪ EV: -16%; Fokus auf Profitabilität</li> </ul>
Kommissions- und Gebührenerträge <sup>2)</sup>	82	80	-3% <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Neue Ertragsquellen kompensieren tiefere Policengebühren weitgehend</li> <li>▪ Stabile Erträge der eigenen Beraterkanäle</li> </ul>
Operative Kosten <sup>3)</sup>	-197	-191	-3% <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Weiter verbesserte Effizienz und tiefere externe Kosten</li> </ul>
Segmentergebnis	355	472	+33% <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Starkes Anlageergebnis (inkl. IFRS 13) und besseres Risiko- und Kostenergebnis</li> </ul>
Neugeschäftsmarge (in % des PVNBP)	0,7%	2,4%	+1,7 Ppkt. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Preisanpassungen und besserer Produktmix EV</li> <li>▪ Positive Kapitalmarktentwicklung</li> </ul>

1) Bereinigt um Anpassung der Prämienfälligkeit aufgrund Migration auf neues Verwaltungssystem in der Kollektivversicherung (CHF -103 Mio.)

2) Verdiente Policengebühren (netto) und Ertrag aus Gebühren, Kommissionen und Provisionen 3) Ohne nicht zugeordnete Konzernkosten

# Geschäftsverlauf Frankreich

Mio. EUR (Basis: IFRS; MCEV)

	HJ 2012	HJ 2013	Veränderung
Verbuchte Bruttoprämien, Policengebühren und erhaltene Einlagen	1 762	1 906	+8% <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Volumen u. Qualität insgesamt besser als Personenversicherungsmarkt (+7%)</li> <li>▪ Leben: +16% (Markt: +7%); sehr hoher UL-Anteil von 36% (Markt: 17%)</li> <li>▪ Krankenvers. u. Risikovorsorge: +1% (Markt: +5%)</li> </ul>
Kommissions- und Gebührenerträge <sup>1)</sup>	91	97	+7% <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Deutliches Wachstum UL</li> </ul>
Operative Kosten <sup>2)</sup>	-132	-136	+3% <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Geschäftswachstum deutlich über der Kostenentwicklung</li> </ul>
Segmentergebnis	68	76	+12% <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Höheres Finanzergebnis und bessere Margen im Lebengeschäft; verbesserte Combined Ratios in der Kranken-, Risiko-, Sach- und Haftpflichtvers.</li> </ul>
Neugeschäftsmarge (in % des PVNBP)	1,5%	1,8%	+0,3 Ppkt. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Besserer Geschäftsmix im Lebengesch.; negative Effekte der Krankenversicherungsreform kompensiert</li> <li>▪ Positive Kapitalmarktentwicklung</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)

	HJ 2012	HJ 2013	Veränderung
Verbuchte Bruttoprämien, Policengebühren und erhaltene Einlagen	668	697	+4% <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Mehr BU-, Pflegeversicherungs- und moderne Produkte</li></ul>
Kommissions- und Gebührenerträge <sup>1)</sup>	148	147	-1% <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Gesteigerte Gebühren aus modernen Produkten kompensieren tiefere Erträge der eigenen Beraterkanäle weitgehend</li></ul>
Operative Kosten <sup>2)</sup>	-106	-104	-2% <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Erste Auswirkungen der Kostensparmassnahmen</li></ul>
Segmentergebnis	34	41	+18% <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Besseres Finanzergebnis</li></ul>
Neugeschäftsmarge (in % des PVNBP)	1,0%	2,3%	+1,3 Ppkt. <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Deutlicher Anstieg im Risikogeschäft, tieferer Anteil traditionelles Geschäft</li><li>▪ Preisanpassungen</li><li>▪ Positive Kapitalmarktentwicklung</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)

	HJ 2012	HJ 2013	Veränderung
Verbuchte Bruttoprämien, Policengebühren und erhaltene Einlagen	1 211	1 295	+7% <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Höhere Prämien im Unternehmenskundengeschäft und stabile Volumen im HNWI-Geschäft</li> </ul>
Kommissions- und Gebührenerträge <sup>1)</sup>	113	115	+1% <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Höhere Policengebühren v. a. dank Wachstum kontrollierter Vermögen HNWI</li> <li>▪ Stabile Erträge der eigenen Beraterkanäle</li> </ul>
Operative Kosten <sup>2)</sup>	-65	-58	-10% <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fokus auf Strategie mit zwei Versicherungsträgern und Senkung der Gemeinkosten</li> </ul>
Segmentergebnis	-2	8	n. m. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Starkes Risikoergebnis</li> <li>▪ Kostensenkungen</li> </ul>
Neugeschäftsmarge (in % des PVNBP)	0,7%	0,8%	+0,1 Ppkt. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mehr Unternehmenskundengeschäft, insbesondere Risikoprämien</li> <li>▪ Auswirkung der Kostensenkungen</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)

	HJ 2012	HJ 2013	Veränderung	
Gesamtertrag	150	172	+15%	▪ Starkes Wachstum in allen Geschäftsbereichen
– Swiss Life Mandates	99	107	+9%	
– AM Business	49	62	+27%	
– Übrige	2	2	n. m.	
Operative Kosten <sup>1)</sup>	-73	-83	+13%	▪ Investitionen in Wachstumsinitiativen für AM Business
Segmentergebnis	61	71	+16%	
Nettoneugeldzufluss AM Business	1 594	2 301	+44%	▪ Starke Zuflüsse bei institutionellen Mandaten und Geldmarktfonds
	2012	HJ 2013	Veränderung	
Verwaltete Vermögen	148 317	149 455	+1%	▪ Swiss Life Mandates: Bewertung verwalteter Vermögen tiefer infolge höherer Zinsen im Q2 ▪ AM Business: starke Nettoneugeldzuflüsse
– Swiss Life Mandates	127 396	125 344	-2%	
– AM Business	20 921	24 111	+15%	

1) Ohne nicht zugeordnete Konzernkosten

# Anlageergebnis

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

	HJ 2012	HJ 2013
Direkte Erträge aus Kapitalanlagen	2 183	2 158
Direkte Erträge aus Kapitalanlagen in %	1,8%	1,7%
Kosten	-113	-128
Nettokapitalgewinne/-verluste und Wertberichtigungen <sup>1)</sup>	1 168	964
Nettokapitalerträge	3 237	2 994
Nettoanlagerendite	2,7%	2,4%
Veränderung der nicht realisierten Gewinne/Verluste auf Kapitalanlagen	1 718	-5 195
Total Kapitalerträge	4 955	-2 201
Gesamtperformance in %	4,2%	-1,8%
Durchschnittliche Kapitalanlagen (netto)	118 119	124 919
Gesamte Anlageperformance (Fair Value) in %	4,4%	-2,6%

1) Inklusive Währungsgewinnen/-verlusten auf hybridem Kapital (HJ 2012: CHF 25 Mio.; HJ 2013: CHF -37 Mio.)

# Anlageportfolio

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

Aktien und Aktienfonds

Alternative Anlagen

Liegenschaften

Hypotheken

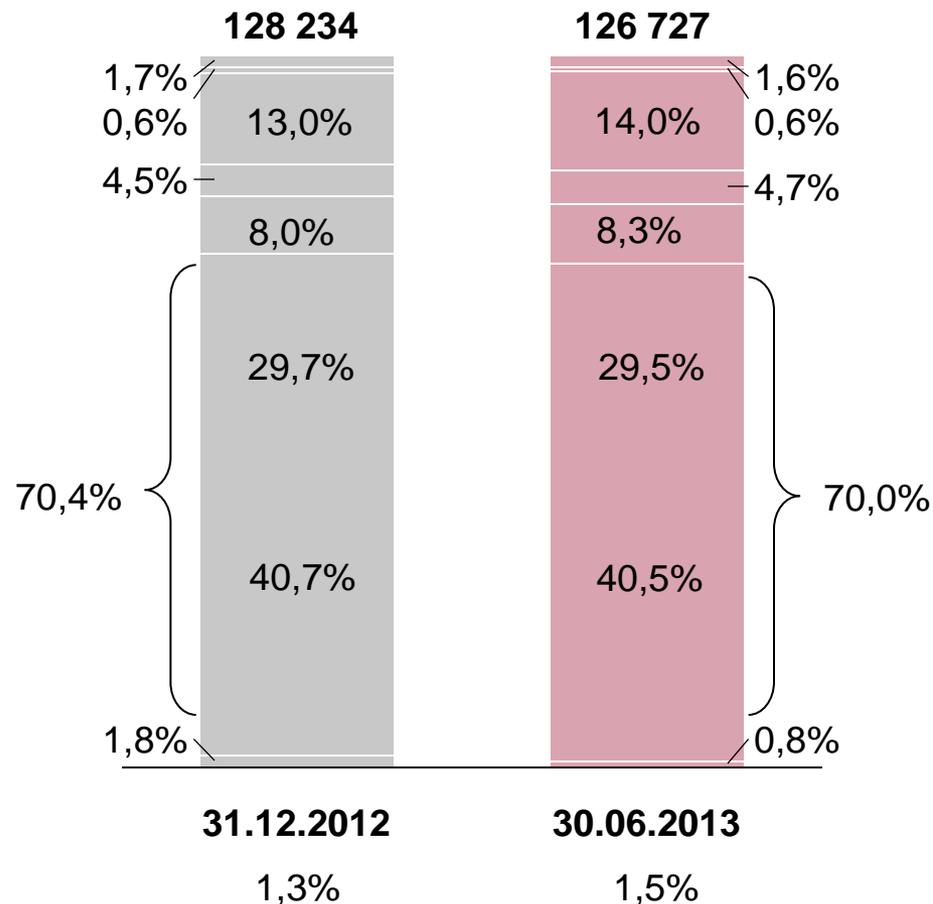
Darlehen

Staatsanleihen und Anleihen  
überstaatlicher Schuldner

Unternehmen

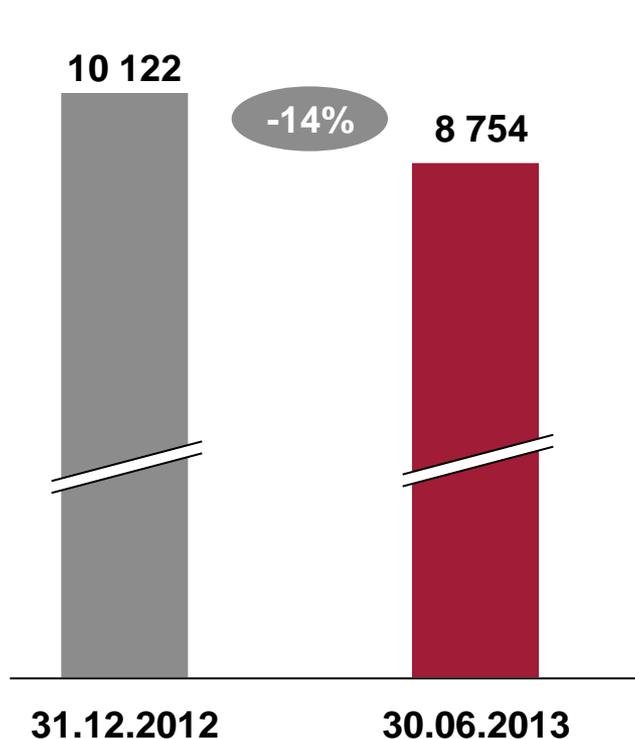
Flüssige Mittel und Übrige

Aktienquote (netto)

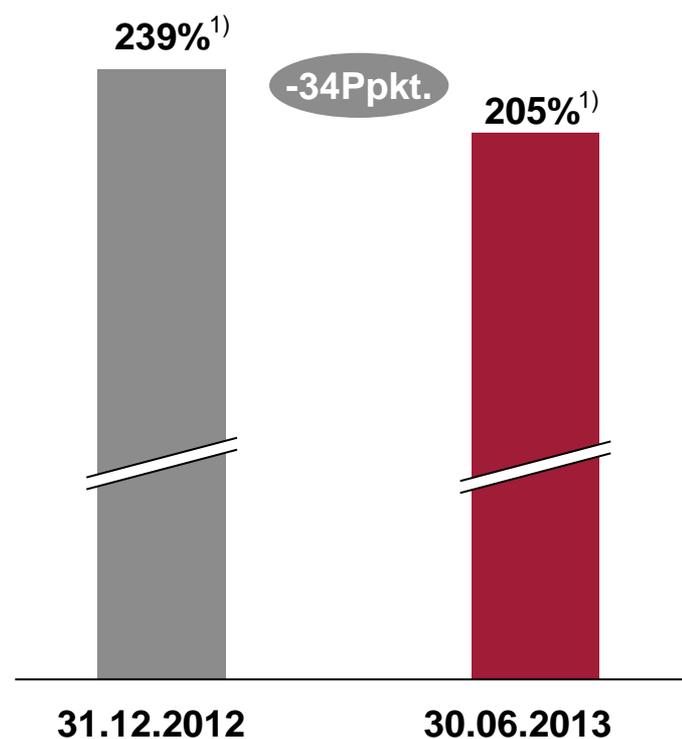


# Eigenkapital und Gruppensolvabilität

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



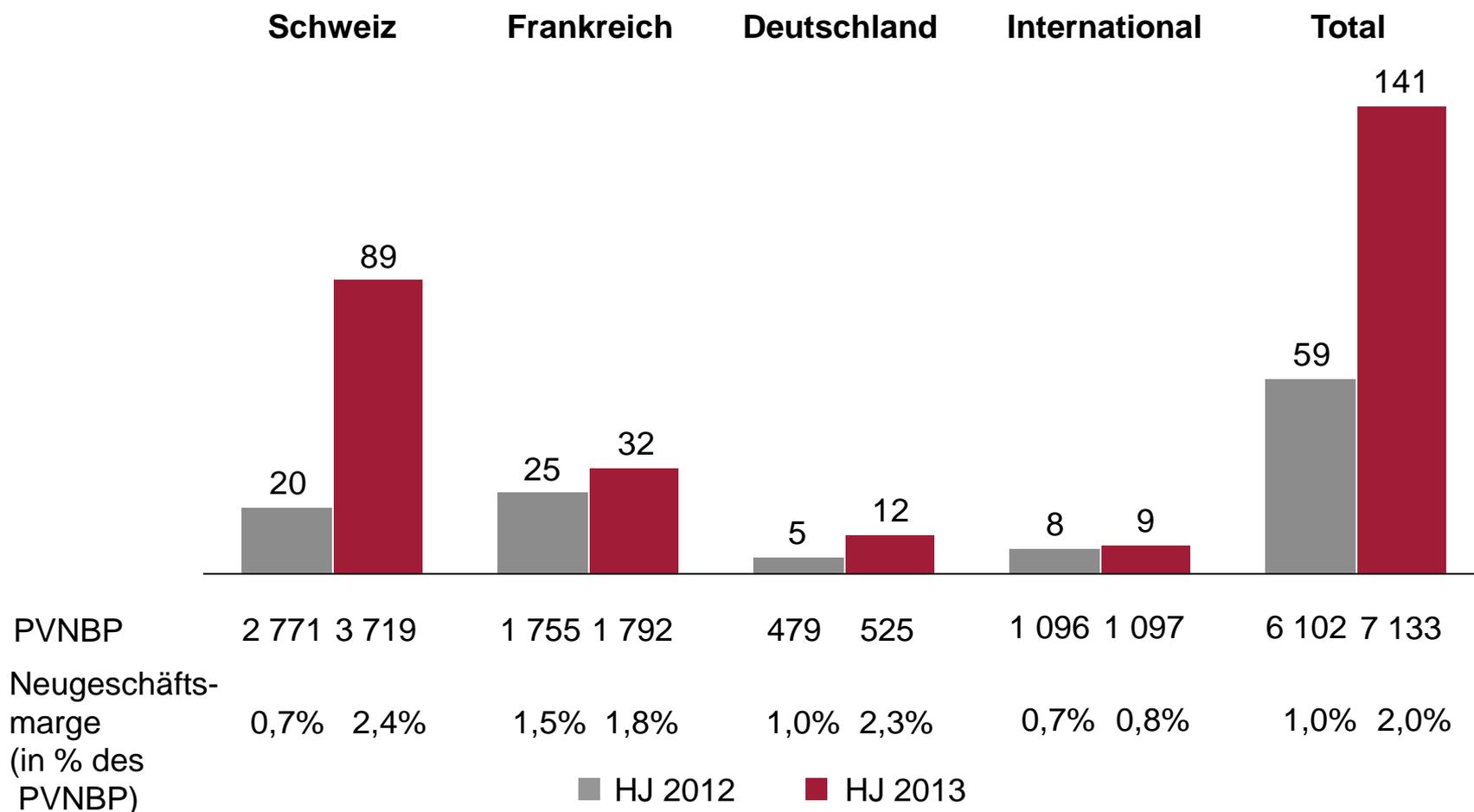
**Gruppensolvabilität**  
Basis: Eigenkapital gemäss IFRS



1) Ohne nicht realisierte Gewinne/Verluste auf Anleihen: 186% (2012) und 188% (HJ13)

# Wert des Neugeschäfts

Mio. CHF (MCEV)

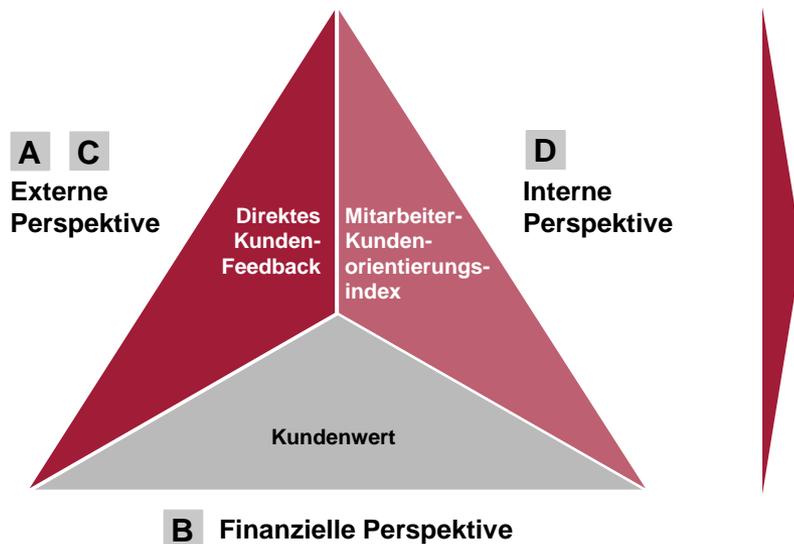


# «Swiss Life 2015»: Erträge steigern und Belastbarkeit des Geschäftsmodells ausbauen

## Strategische Stossrichtungen

	Strategische Stossrichtungen	Massnahmen	Ziel	
<b>Kundenversprechen</b> <b>1</b> Erhöhung der Qualität und der Anzahl Kundenkontakte	<b>2</b> <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>	<b>Ertragsquellen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sparergebnis &lt;50%</li> <li>▪ Risiko- und Kommissionsergebnis 60 bis 70%</li> <li>▪ Verwaltungskostenergebnis &gt;0%</li> </ul>
	<b>3</b> <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>	
	<b>4</b> <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>	
	<b>5</b> <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>	

# Höhere Kundenbindung und Profitabilität dank konsequenter Kundenorientierung

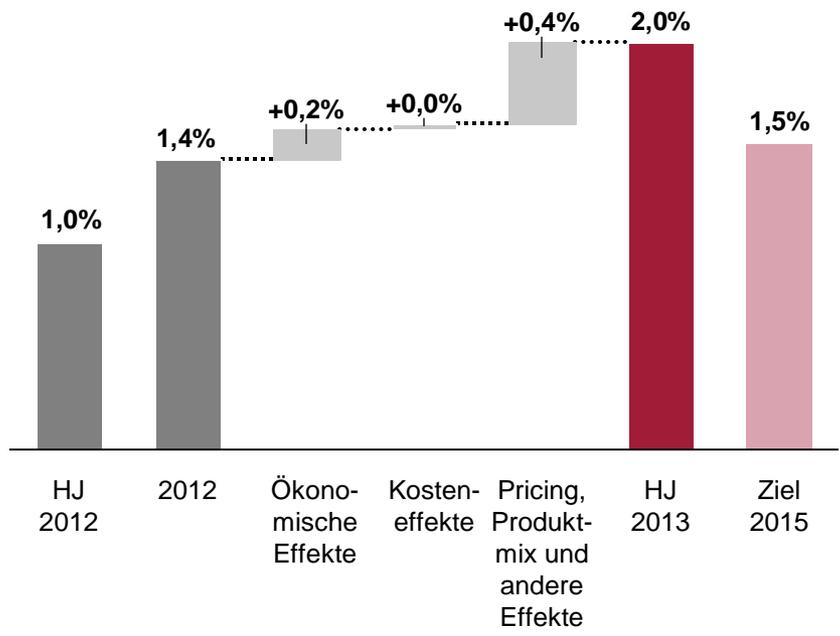


## Mess- und Steuerungsinstrumente für eine umfassende Kundenorientierung implementiert

- A** Den Kunden kennen
- B** Innovative und wertschöpfende Produkt- und Dienstleistungspakete entwickeln
- C** Kundenbeziehungen intensivieren
- D** Eine kundenorientierte Unternehmenskultur aufbauen

# Gesteigerte Neugeschäftsmarge dank besserem Produktmix und Kapitalmarktentwicklung

Margenentwicklung im Neugeschäft  
(VNB in % des PVNBP)



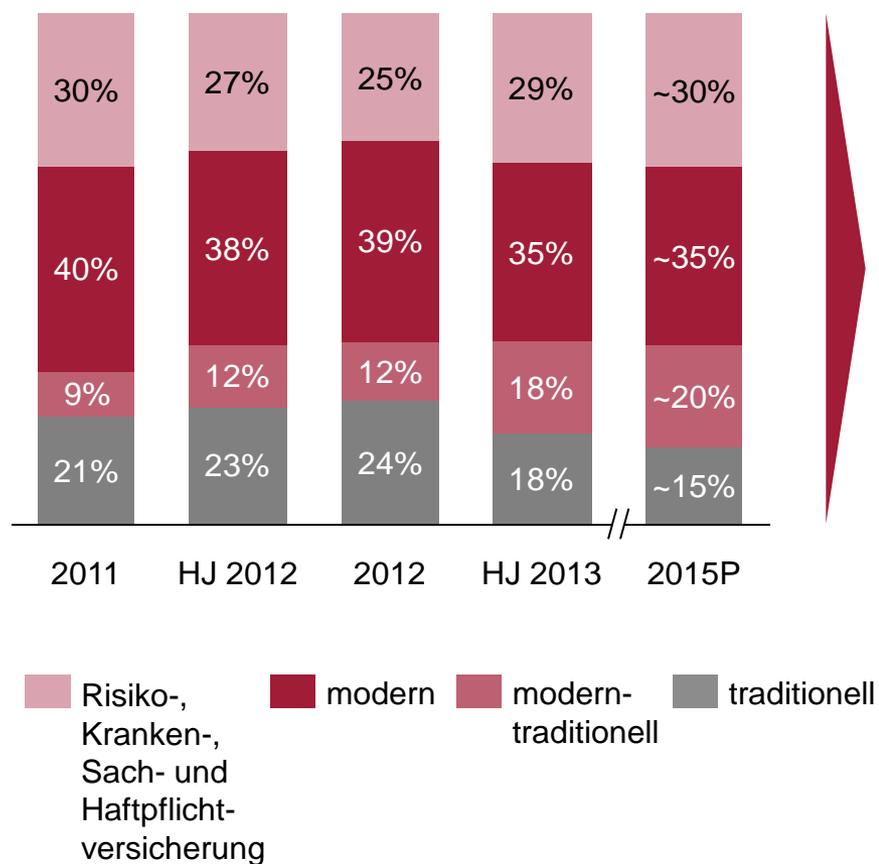
- Ökonomische Effekte**
- Höhere Zinssätze und geringere Zinsvolatilitäten mit positivem Einfluss
- Kosteneffekte**
- Kostensenkungen mit leicht positivem Einfluss
- Pricing, Produktmix und andere Effekte**
- Fortgesetztes Marginmanagement in allen Einheiten
  - CH: Preisanpassungen und Verlagerung auf modern-traditionelle EV-Produkte mit stark positivem Beitrag
  - FR: höherer UL-Anteil in Leben, rückläufiger EV-Absatz in der Krankenversicherung im Zuge der Krankenversicherungsreform
  - DE: Zunahme des Risikogeschäfts, Preisanpassungen bei modernen Produkten, rückläufiger Anteil des traditionellen Geschäfts

<b>PVNBP</b>	6 102	11 276	7 133
<b>APE</b>	605	1 100	653
<b>VNB</b>	59	158	141
<b>NBM (APE)</b>	9,7%	14,4%	21,6%



# Entwicklung des Produktmix auf Zielkurs

Neugeschäftsproduktion (NBP)



### Risiko-, Kranken-, Sach- und Haftpflichtversicherung

- DE: verbesserte Wettbewerbsposition in der Berufsunfähigkeitsversicherung
- FR: rückläufiger Absatz von Krankenversicherungen im Vorfeld der Krankenversicherungsreform

### Modern

- CH: Reduktion von weniger profitablen Sparprodukten im 4. Quartal 2012
- FR: UL-Anteil bei Multisupport weiter gesteigert, zwei Tranchen strukturierter Produkte im 1. Halbjahr 2013 verkauft

### Modern-traditionell

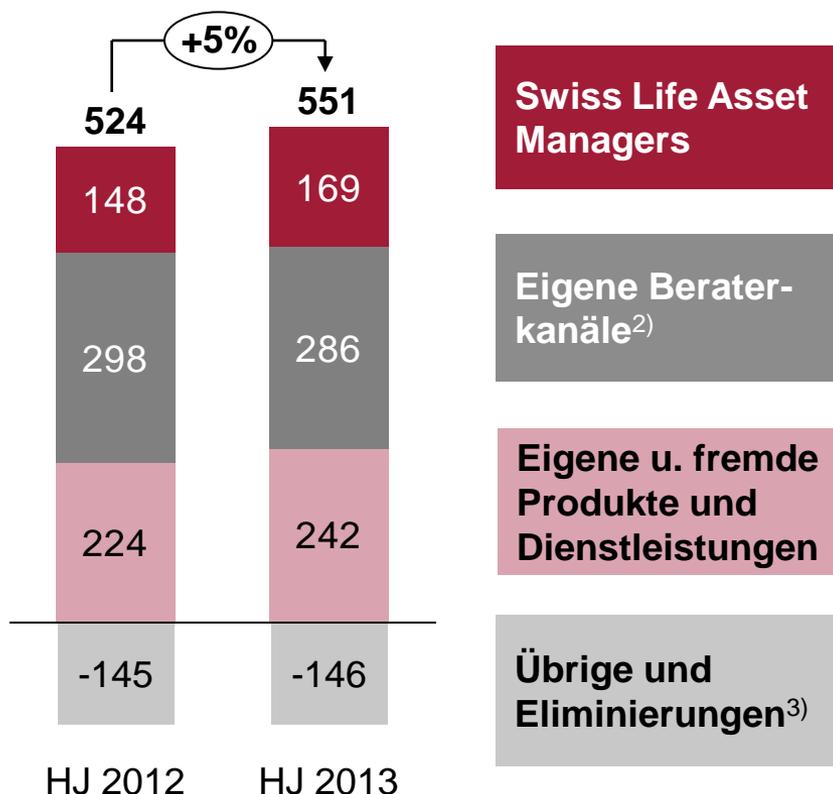
- CH: Lancierung des Sparprodukts Swiss Life FlexSave im 4. Quartal 2012

### Traditionell

- CH: erfolgreiche Verlagerung auf alternative Garantie-konzepte in EV nach Preisanpassungen, anhaltend hohe Nachfrage nach Vollversicherungslösungen in KV

# Höhere Kommissions- und Gebührenerträge dank Asset Managers und UL-Geschäft

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



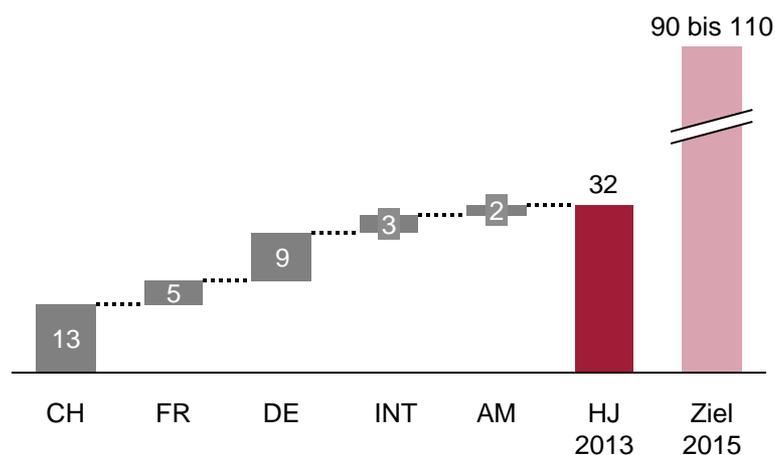
- Neue Mandate und starke Performance bei Swiss Life Asset Managers, höhere Liegenschaftserträge und Wachstum der durchschnittlich verwalteten Vermögen bei Swiss Life Mandates
- Schwieriges Marktumfeld führt zu einer tieferen Beraterbasis
- Starkes Wachstum im UL-Geschäft in Frankreich und höhere kontrollierte Vermögen im HNWI-Geschäft in Markteinheit International

1) Verdiente Policengebühren (netto) und Ertrag aus Gebühren, Kommissionen und Provisionen (brutto), einschliesslich Asset-Management-Gebühren  
 2) Swiss Life Select, tecis, HORBACH, Proventus, Chase de Vere und Agami  
 3) Swiss Life Mandates und eigenen Beraterkanälen zuzurechnende Eliminierungen

# Rund 40% der geplanten Kosteneinsparungen implementiert

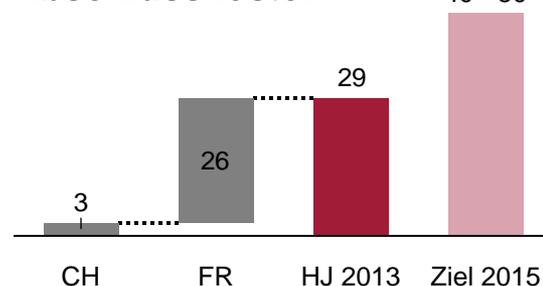
Mio. CHF (Projektsicht) vs. Kostenbasis 2011

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



- Insgesamt rund 30% der bis 2015 geplanten Einsparungen per 1. Halbjahr 2013 umgesetzt
- CH: tiefere Miet- und Instandhaltungskosten, Optimierung der Marketingaktivitäten, Rückgang bei Fachhonoraren und Personalabbau in der IT
- FR: Rückgang der Marketing- und anderen Betriebskosten
- DE: Reduzierung der Gemeinkosten, v. a. Fachhonorare und Personalkosten
- IN: Umsetzung der Strategie mit zwei Versicherungsträgern, einschliesslich Schliessung des Büros in Dubai
- AM: Verbesserungen der operativen Effizienz durch Umsetzung eines gruppenweiten Asset-Management-Systems

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



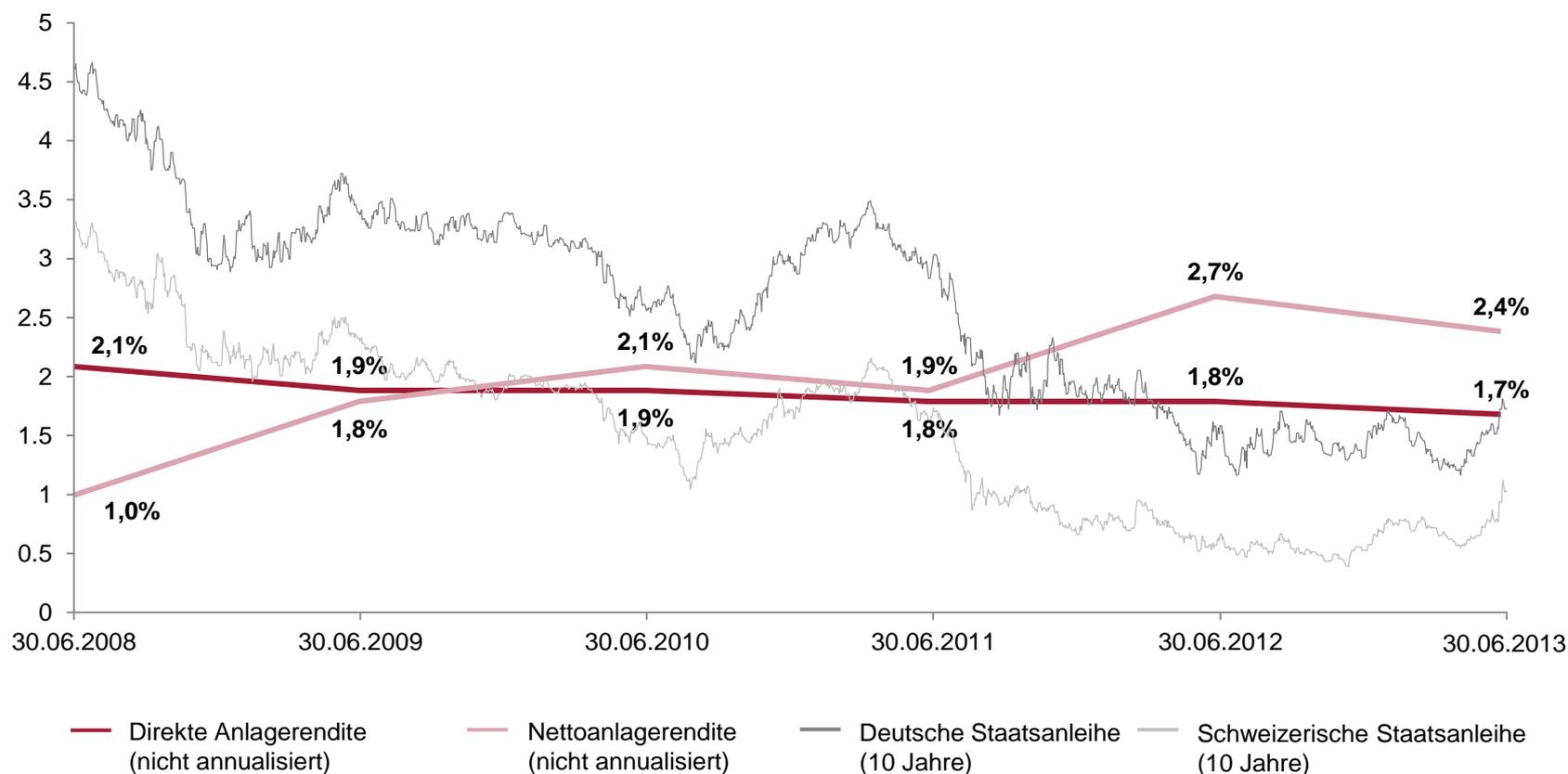
- Insgesamt: etwa 60% der für 2015 geplanten Einsparungen bei variablen Abschlusskosten per 1. Halbjahr 2013 umgesetzt; Frankreich mit grösstem Beitrag
- CH: Anpassungen bei der Vergütung des Aussendienstes
- FR: Änderung des Kommissionsschemas für Broker in der Krankenversicherung

1) Zum konstanten Wechselkurs von 1.20 CHF/EUR

# Anhaltend hohe Renditen im Tiefzinsumfeld erzielt

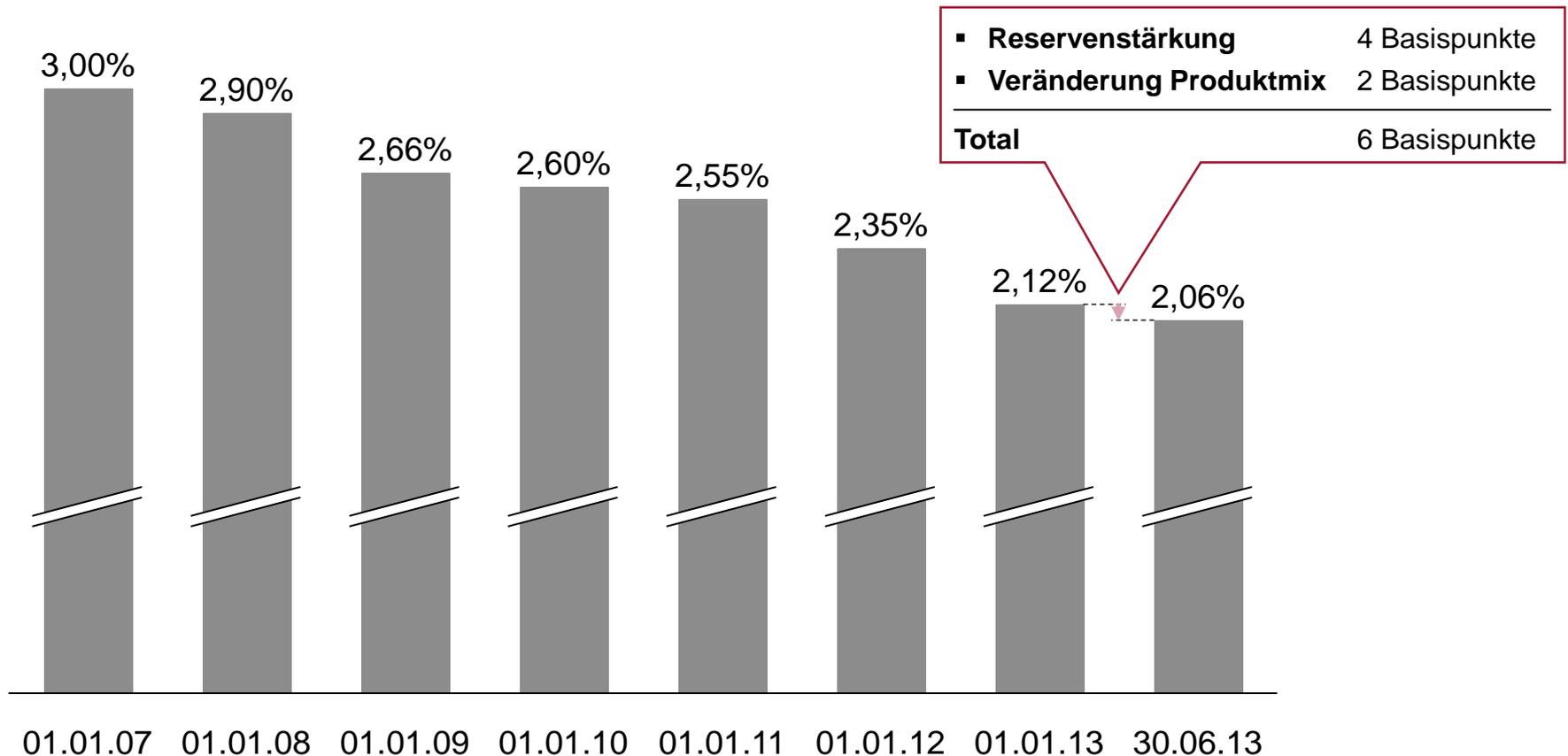
Direkte Anlagerendite und Nettoanlagerendite nicht annualisiert (Basis: IFRS)

## Direkte Anlagerendite und Nettoanlagerendite vs. Rendite auf schweizerischen und deutschen Staatsanleihen



# Durchschnittlicher technischer Zins weiter gesenkt

Statutarische Basis



# «Swiss Life 2015» auf Kurs

## Strategische Stossrichtungen

## Ziel

## Stand

Strategische Stossrichtungen	Ziel	Stand
<b>Kundenversprechen</b> <b>1</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%

# 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.

# Kontakt details und Finanzkalender

## Kontakt

Media Relations Hotline

Telefon: +41 (43) 284 77 77

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

## Finanzkalender

Zwischenmitteilung Q3 2013

12. November 2013

Jahresabschluss 2013

26. Februar 2014

Generalversammlung

23. April 2014

Für weitere Informationen besuchen Sie unsere Webseite:

[www.swisslife.com](http://www.swisslife.com)