

# Halbjahresergebnis 2015

## Medienpräsentation

14. August 2015

# Agenda



## Überblick

Ergebnisse und  
«Swiss Life 2015»

Q&A

**Patrick Frost**

Thomas Buess

Patrick Frost

# Wichtigste Kennzahlen Halbjahr 2015

HJ 2015 vs. HJ 2014

- ✓ Reingewinn um 1% auf CHF 493 Mio. gesteigert
- ✓ Bereinigter Betriebsgewinn um 7% auf CHF 694 Mio. erhöht
- ✓ Prämieinnahmen in lokaler Währung um 7% auf CHF 11,0 Mrd. gewachsen
- ✓ Kommissions- und Gebührenerträge in lokaler Währung um 15% auf CHF 617 Mio. erhöht
- ✓ Vermögensverwaltung für externe Kunden mit Nettoneugeldern von CHF 4,2 Mrd.
- ✓ Nettoanlagerendite auf 2,0% gesteigert (HJ 2014: 1,9%), tiefere direkte Anlagerendite von 1,5% (HJ 2014: 1,7%); beide Renditen nicht annualisiert
- ✓ Effizienzquote auf 0,29% weiter verbessert (HJ 2014: 0,31%); nicht annualisiert
- ✓ Neugeschäftsmarge von 1,7% (HJ 2014: 2,4%); Neugeschäftswert von CHF 145 Mio. (HJ 2014: CHF 185 Mio.)
- ✓ Eigenkapitalrendite<sup>1)</sup> von 11,6% (annualisiert)
- ✓ Gruppensolvabilität bei 252% (2014: 269%); SST beim internen Modell<sup>2)</sup> im grünen Bereich

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

# Kennzahlen Halbjahr 2015

HJ 2015 vs. HJ 2014

Reingewinn	➔	CHF 493 Mio.	+1%
Betriebsgewinn (bereinigt)	➔	CHF 694 Mio.	+7%
Prämienvolumen (in Lokalwährung)	➔	CHF 11,0 Mrd.	+7%
Kommissions- und Gebührenerträge (in Lokalwährung)	➔	CHF 617 Mio.	+15%
Neugeschäftsmarge (in % des PVNBP)	➔	1,7%	-0,7 Ppkt.
Eigenkapital (vor Minderheitsanteilen)	➔	CHF 11,7 Mrd.	-8% <sup>1)</sup>
Eigenkapitalrendite <sup>2)</sup> (annualisiert)	➔	11,6%	-0,3 Ppkt.
Gruppensolvabilität	➔	252%	-17 Ppkt. <sup>1)</sup>

1) HJ 2015 vs. GJ 2014 2) 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

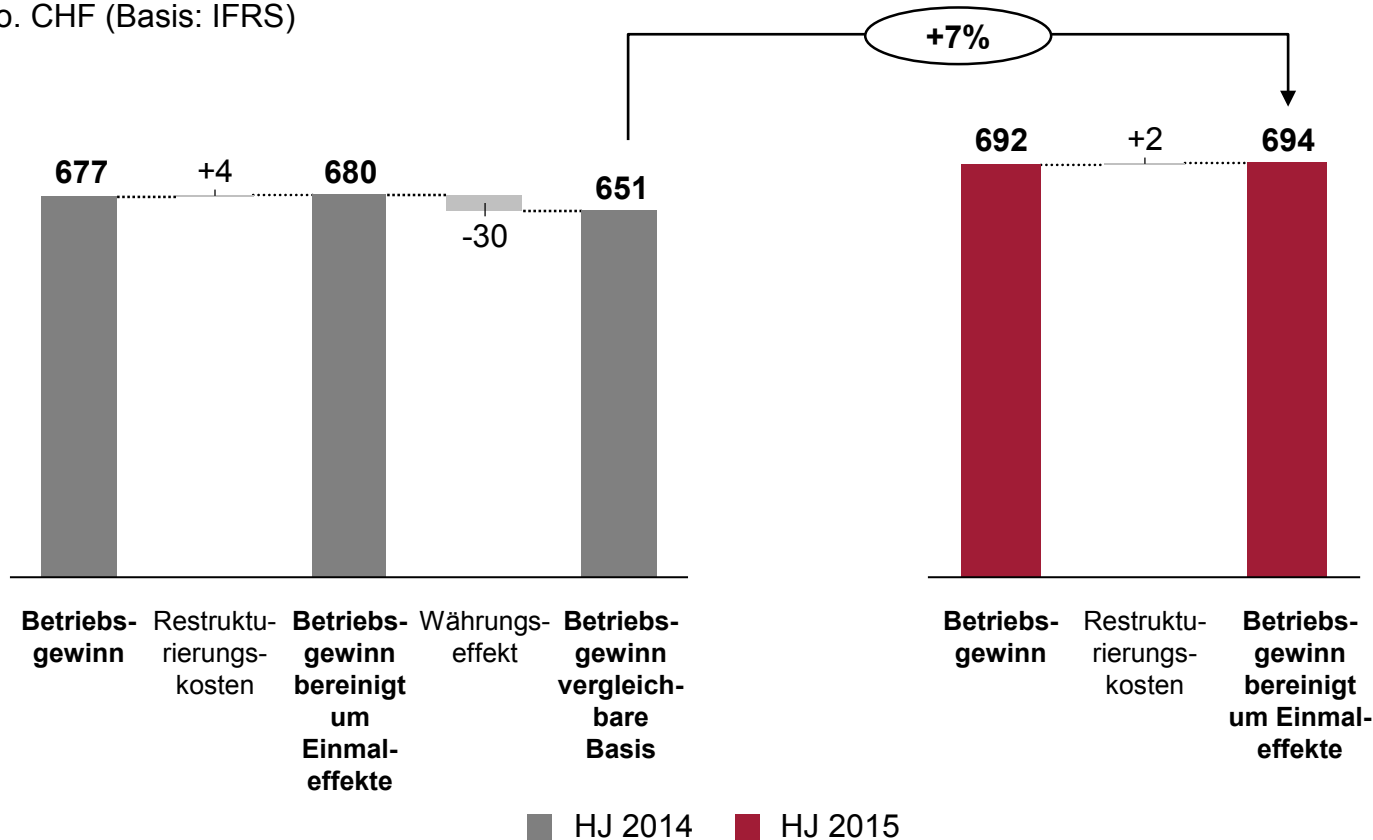
Mio. CHF (Basis: IFRS)

	HJ 2014	HJ 2015
Verbuchte Bruttoprämien, Policengebühren und erhaltene Einlagen	10 807	11 010
Ertrag aus Gebühren, Kommissionen und Provisionen	435	477
Finanzergebnis auf eigenes Risiko	2 616	2 692
<i>Nettokapitalerträge Versicherungsportfolio auf eigenes Risiko</i>	<i>2 473</i>	<i>2 812</i>
Versicherungsleistungen und Schadenfälle (netto)	-8 849	-9 223
Überschussbeteiligung der Versicherungsnehmer	-665	-931
Betriebsaufwand	-1 327	-1 251
<b>Betriebsgewinn</b>	<b>677</b>	<b>692</b>
Fremdkapitalkosten	-78	-69
Ertragssteueraufwand	-112	-130
<b>Reingewinn</b>	<b>487</b>	<b>493</b>
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in CHF)	15.16	15.38
Verwässertes Ergebnis je Aktie (in CHF) <sup>1)</sup>	14.29	14.51

1) Beinhaltet primär den Effekt der im Dezember 2014 ausgegebenen Wandelanleihe

# Betriebsgewinn bereinigt um bedeutende Einmaleffekte

Mio. CHF (Basis: IFRS)



# Geschäftsverlauf Schweiz

Mio. CHF (Basis: IFRS; MCEV)

	HJ 2014	HJ 2015	Veränderung	
Verbuchte Bruttoprämien, Policengebühren und erhaltene Einlagen	6 599	7 040	+7%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• KV: +7% (Markt: +1%); starkes Neugeschäft und wenig Kündigungen</li> <li>• EV: +7% (Markt: +1%); starkes Neugeschäft</li> </ul>
Kommissions- und Gebührenerträge <sup>1)</sup>	93	96	+4%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Höhere Erträge aus Pensionskassenberatung, Immobilienmaklergeschäft und eigenen Beraterkanälen</li> </ul>
Operative Kosten <sup>2)</sup>	-191	-185	-3%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiefere Kosten trotz starkem Geschäftswachstum und laufenden Investitionen in zusätzliche Ertragsquellen</li> </ul>
Segmentergebnis <sup>3)</sup>	414	400	-3%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verstärkung von Rückstellungen zugunsten der Versicherten haben höhere Nettokapitalerträge mehr als aufgehoben</li> </ul>
Neugeschäftsmarge (in % des PVNBP)	3,0%	1,8%	-1,2 Ppkt.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Effekt sinkender Zinsen konnte durch Preisanpassungen, besserem Produktmix in EV sowie einer günstigen Stornorate in KV teilweise kompensiert werden</li> </ul>

1) Verdiente Policengebühren (netto) und Ertrag aus Gebühren, Kommissionen und Provisionen 2) Ohne nicht zugeordnete Konzernkosten 3) Ohne Markengebühren, HJ 2014 bereinigt



# Geschäftsverlauf Frankreich

Mio. EUR (Basis: IFRS; MCEV)

	HJ 2014	HJ 2015	Veränderung	
Verbuchte Bruttoprämien, Policengebühren und erhaltene Einlagen	1 982	2 050	+3%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wachstum analog Markt (+4%)</li> <li>• Leben: +8% (Markt: +6%); UL-Anteil auf 47% gesteigert (Markt: 20%)</li> <li>• Krankenvers. und Risikovorsorge: -3% (Markt: +1%); Einzelrisikovorsorge: +6% (Markt: +4%)</li> </ul>
Kommissions- und Gebührenerträge <sup>1)</sup>	109	117	+7%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deutliches Wachstum in UL und bei Bankenkommissionen</li> </ul>
Operative Kosten <sup>2)</sup>	-143	-144	+1%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verbesserte Effizienz trotz Investitionen in Infrastruktur und Wachstumsinitiativen</li> </ul>
Segmentergebnis <sup>3)</sup>	99	126	+27%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Höheres Sparergebnis aufgrund der Finanzmarge im Lebengeschäft und realisierter Gewinne; starkes Kommissions- und Risikoergebnis</li> </ul>
Neugeschäftsmarge (in % des PVNBP)	1,6%	1,9%	+0,3 Ppkt.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Weitere Steigerung des UL-Anteils und der Finanzmarge können widriges Kapitalmarktumfeld mehr als kompensieren</li> </ul>

1) Verdiente Policengebühren (netto) und Ertrag aus Gebühren, Kommissionen und Provisionen 2) Ohne nicht zugeordnete Konzernkosten 3) Ohne Markengebühren, HJ 2014 bereinigt

# Geschäftsverlauf Deutschland

Mio. EUR (Basis: IFRS; MCEV)

	HJ 2014	HJ 2015	Veränderung	
Verbuchte Bruttoprämien, Policengebühren und erhaltene Einlagen	641	604	-6%	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fokus auf Profitabilität vor Wachstum führte zu tieferen Volumen bei traditionellen EP-Produkten; weitere Preisanpassungen; Markt: +2%</li> </ul>
Kommissions- und Gebührenerträge <sup>1)</sup>	149	159	+7%	<ul style="list-style-type: none"> <li>Positive Entwicklung bei eigenen Beraterkanälen dank erfolgreichen Rekrutierungsinitiativen und Produktivitätssteigerung</li> </ul>
Operative Kosten <sup>2)</sup>	-103	-94	-9%	<ul style="list-style-type: none"> <li>Umsetzung von Kostensparmassnahmen und weitere operative Fortschritte</li> </ul>
Segmentergebnis <sup>3)</sup>	43	50	+17%	<ul style="list-style-type: none"> <li>Verbessertes Kommissionsergebnis und tiefere operative Kosten</li> </ul>
Neugeschäftsmarge (in % des PVNBP)	1,6%	1,6%	0,0 Ppkt.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Effekte des Kapitalmarktumfelds dank verbessertem Produktmix und Preisanpassungen kompensiert</li> </ul>

1) Verdiente Policengebühren (netto) und Ertrag aus Gebühren, Kommissionen und Provisionen 2) Ohne nicht zugeordnete Konzernkosten 3) Ohne Markengebühren, HJ 2014 bereinigt

# Geschäftsverlauf International

Mio. CHF (Basis: IFRS; MCEV)

	HJ 2014	HJ 2015	Veränderung	
Verbuchte Bruttoprämien, Policengebühren und erhaltene Einlagen	1 038	1 191	+15%	• Starker Anstieg im HNWI-Geschäft teilweise durch negativen Währungseffekt aufgehoben
Kommissions- und Gebührenerträge <sup>1)</sup>	117	111	-5%	• Positiver Beitrag aus eigenen Beraterkanälen und Policengebühren aus dem HNWI-Geschäft durch gegenläufigen Währungseffekt mehr als aufgehoben
Operative Kosten <sup>2)</sup>	-55	-50	-10%	• Erfolgreiche Umsetzung von Kostensparmassnahmen, begünstigt durch Währungseffekt
Segmentergebnis <sup>3)</sup>	19	21	13%	• Weiter verbessertes Kommissionsergebnis und tiefere operative Kosten
Neugeschäftsmarge (in % des PVNBP)	1,1%	1,3%	+0,2 Ppkt.	• Verbesserter Produktmix und höhere Volumen

1) Verdiente Policengebühren (netto) und Ertrag aus Gebühren, Kommissionen und Provisionen 2) Ohne nicht zugeordnete Konzernkosten 3) Ohne Markengebühren, HJ 2014 bereinigt

# Geschäftsverlauf Asset Managers

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

	HJ 2014	HJ 2015	Veränderung	
Gesamtertrag	187	263	+41%	• Starkes Wachstum der Erträge bei externen Kunden vor allem aufgrund des erstmaligen Einbezugs von Corpus Sireo; höhere Gebühren aus dem Versicherungsgeschäft
– Versicherungsgeschäft	113	133	+18%	
– Externe Kunden	72	125	+73%	
– Übrige	1	5		
Operative Kosten <sup>1)</sup>	-94	-95	+2%	• Investitionen in Wachstumsinitiativen im Geschäft mit externen Kunden (ohne Corpus Sireo)
Segmentergebnis <sup>2)</sup>	75	101	+36%	• Starkes Wachstum bei stabilen Margen
Nettoneugelder von externen Kunden	2 171	4 163	+92%	• Starke Zuflüsse bei institutionellen Mandaten und Immobilien überwiegen negativen Währungseffekt
	GJ 2014	HJ 2015	Veränderung	
Verwaltete Vermögen	182 992	178 665	-2%	• Positiver Beitrag der Nettoneugelder durch negativen Währungseffekt und tiefere Bewertungen mehr als aufgehoben
– Versicherungsgeschäft	149 262	143 743	-4%	
– Externe Kunden	33 730	34 922	+4%	

1) Ohne nicht zugeordnete Konzernkosten; ohne Corpus Sireo 2) Ohne Markengebühren, HJ 2014 bereinigt

# Anlageergebnis

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

	HJ 2014	HJ 2015
Direkte Erträge aus Kapitalanlagen	2 220	2 179
Direkte Erträge aus Kapitalanlagen in %	1,7%	1,5%
Kosten	-137	-149
Nettokapitalgewinne/-verluste und Wertberichtigungen <sup>1)</sup>	391	782
Nettokapitalerträge	2 473	2 812
Nettoanlagerendite	1,9%	2,0%
Veränderung der nicht realisierten Gewinne/Verluste auf Kapitalanlagen	5 472	-3 160
Total Kapitalerträge	7 945	-347
Gesamtpformance in %	6,1%	-0,2%
Durchschnittliche Kapitalanlagen (netto)	130 015	141 366

1) Inklusive Währungsgewinnen/-verlusten auf hybridem Kapital (HJ 2014: CHF 17 Mio.; HJ 2015: CHF 258 Mio.)

# Anlageportfolio

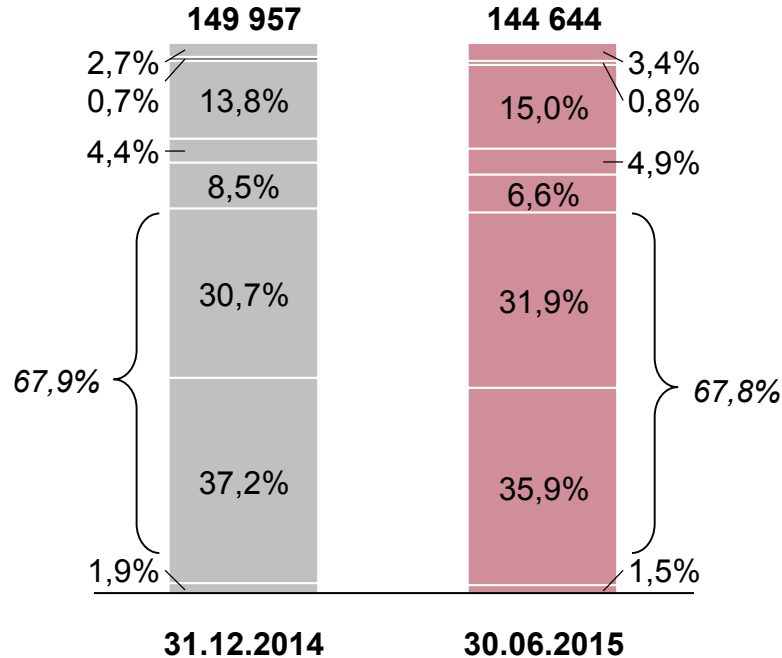
Mio. CHF (Basis: Fair Value), auf eigenes Risiko gehaltene Kapitalanlagen im Versicherungsgeschäft<sup>1)</sup>

Aktien und Aktienfonds  
 Alternative Anlagen  
 Liegenschaften  
 Hypotheken  
 Darlehen

Staatsanleihen und Anleihen  
 überstaatlicher Schuldner

Unternehmensanleihen<sup>2)</sup>

Flüssige Mittel und Übrige



Aktienquote (netto)

1,9%

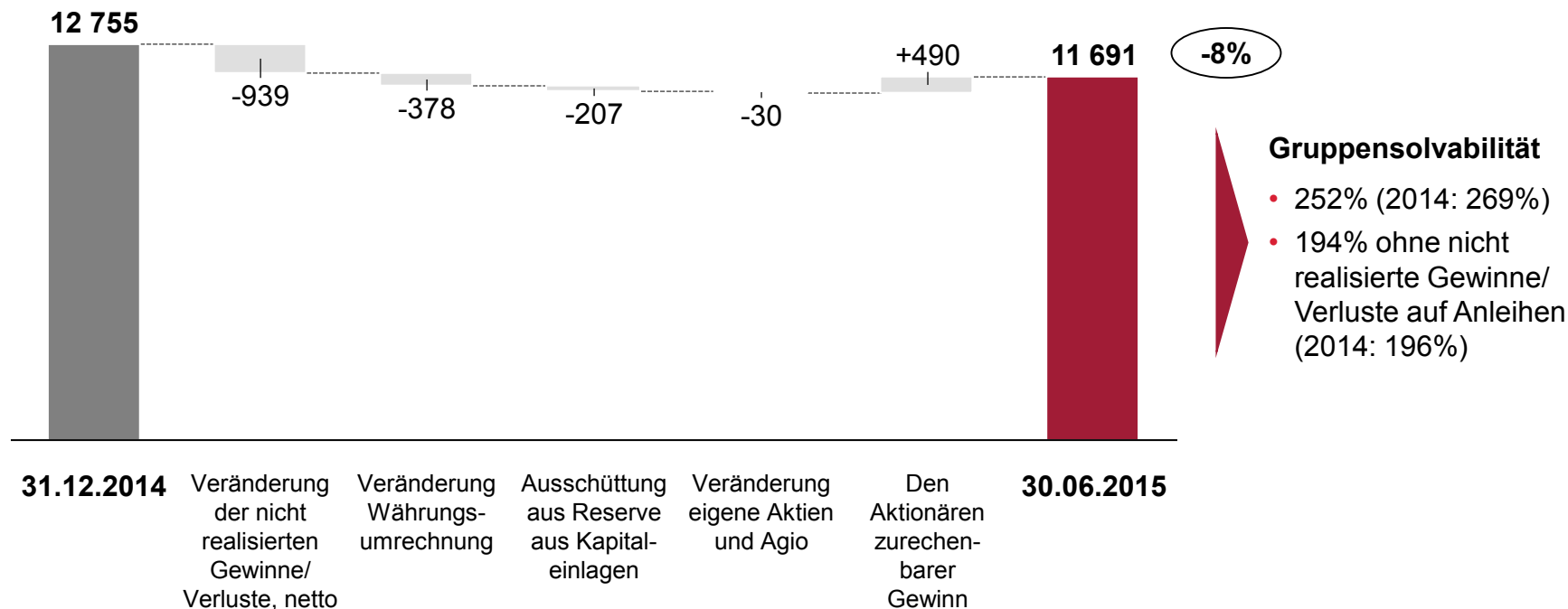
2,9%

<sup>1)</sup> Ohne Repo-Positionen von CHF -2780 Mio. im Jahr 2014 und CHF -2456 Mio. im HJ 2015 <sup>2)</sup> Inklusive vorrangig besicherter Anleihenfonds

# Eigenkapital und Gruppensolvabilität

Mio. CHF (Basis: IFRS)

## Eigenkapital (vor Minderheitsanteilen)



# «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>

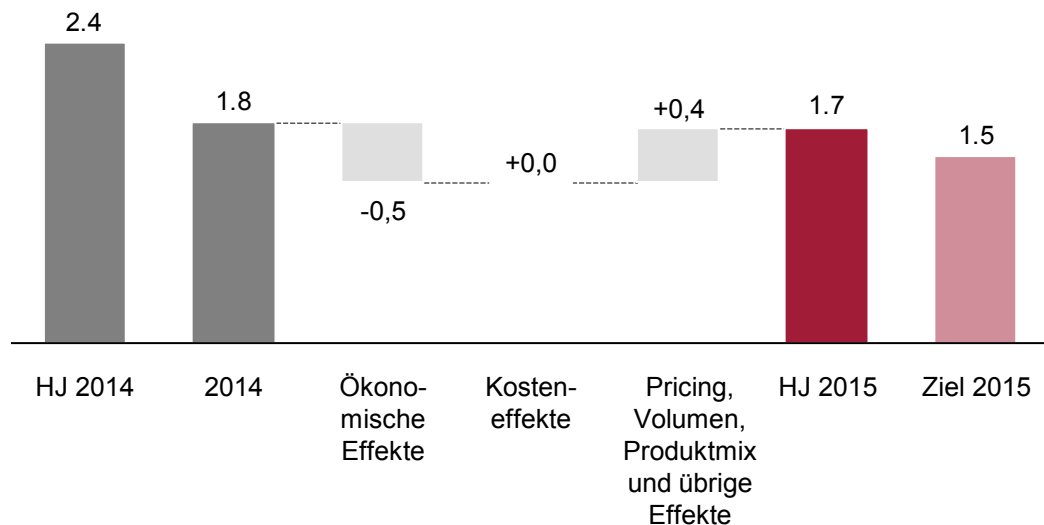
## Ertragsquellen:

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



# Anhaltende Preisdisziplin und laufendes Margenmanagement

Margenentwicklung im Neugeschäft (VNB in % des PVNBP)



<b>PVNBP</b>	14 414	8 355
<b>APE</b>	1 304	757
<b>VNB</b>	255	145
<b>NBM (APE)</b>	19,5%	19,1%

## Ökonomische Effekte

- Insgesamt negativer Einfluss aufgrund der Kapitalmarktentwicklung

## Kosteneffekte

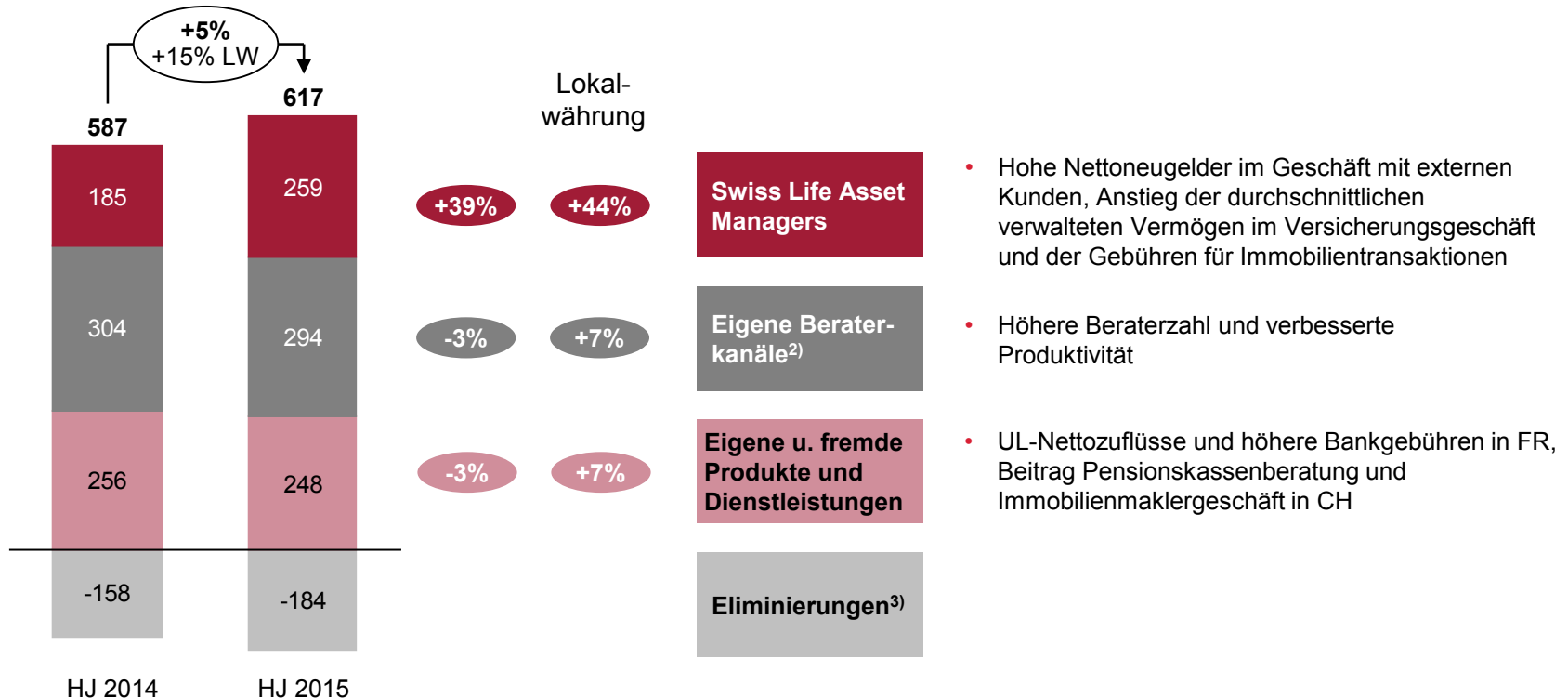
- Weiterhin positive Entwicklung der Verwaltungskosten

## Pricing, Volumen, Produktmix, übrige Effekte

- Anhaltende Fokussierung auf Profitabilität in allen Einheiten
- CH: Anhaltende Preisdisziplin, reduzierte Stornoraten und erhöhte Effizienz, starker Beitrag des Kollektivgeschäfts sowie der modern-traditionellen Produkte im Einzelgeschäft
- FR: Hohes Volumen im Lebengeschäft, weitere Steigerung des UL-Anteils und der Finanzmarge
- DE: Reduzierte technische Zinssätze und andere Preisanpassungsmassnahmen, erhöhter Anteil des Risiko- und des modern-traditionellen Geschäfts
- IN: Verbessertes Produktmix und positive biometrische Entwicklung

# Starkes Wachstum der Kommissions- und Gebührenerträge in allen Bereichen

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



- Hohe Nettoneugelder im Geschäft mit externen Kunden, Anstieg der durchschnittlichen verwalteten Vermögen im Versicherungsgeschäft und der Gebühren für Immobilientransaktionen
- Höhere Beraterzahl und verbesserte Produktivität
- UL-Nettozuflüsse und höhere Bankgebühren in FR, Beitrag Pensionskassenberatung und Immobilienmaklergeschäft in CH

1) Verdiente Policengebühren (netto) und Erträge aus Gebühren, Kommissionen und Provisionen 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

# Weiter verbesserte Effizienzquoten

Basis: IFRS bereinigt

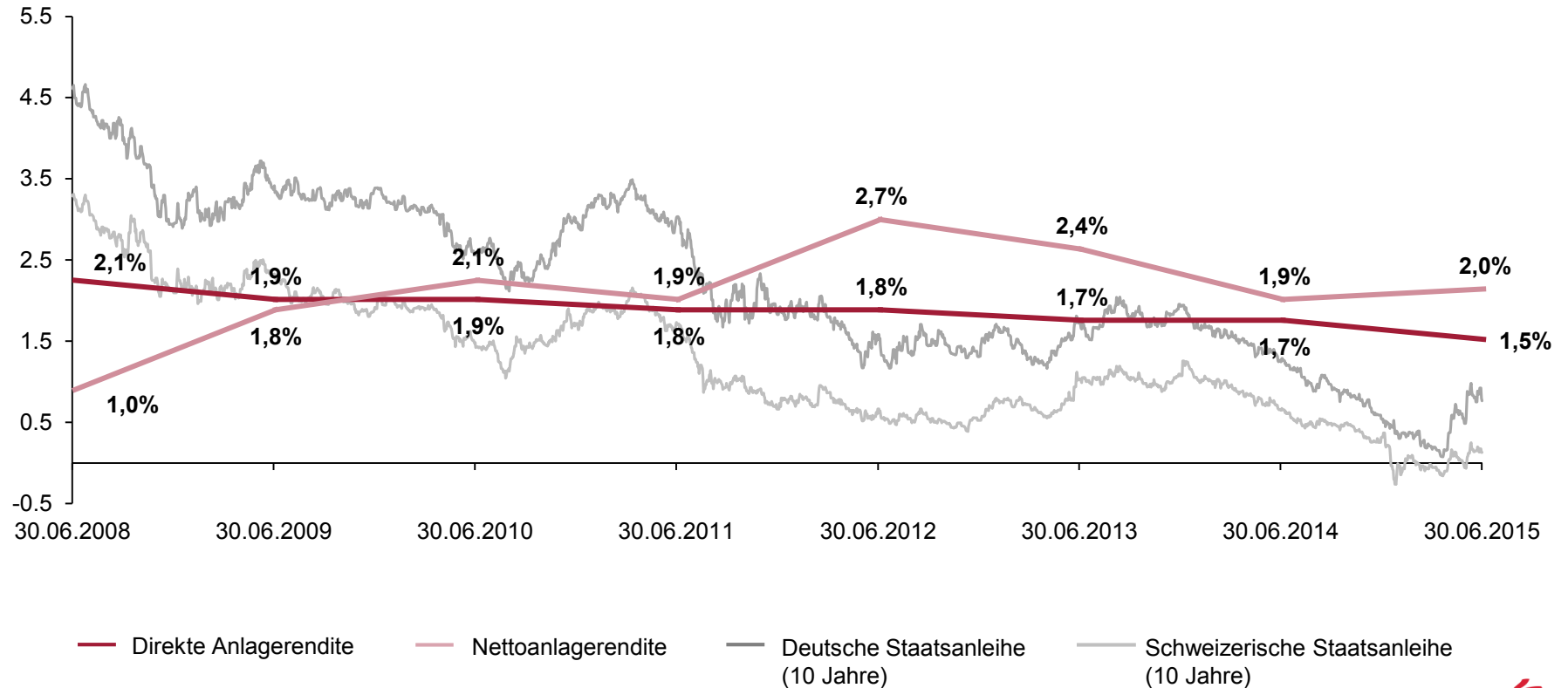
**Operative Kosten in % der durchschnittlichen technischen Rückstellungen (ohne latente Überschussbeteiligung)**  
Ohne Aufwand für eigene Beraterkanäle

	2012	2013	2014	2015P	HJ 2014 nicht annualisiert	HJ 2015 nicht annualisiert
Schweiz	0,54%	0,51%	0,47%		0,23%	0,21%
Frankreich	1,57%	1,50%	1,41%		0,72%	0,67%
<i>Frankreich Leben</i>	<i>0,67%</i>	<i>0,66%</i>	<i>0,59%</i>		<i>0,31%</i>	<i>0,29%</i>
Deutschland	0,78%	0,75%	0,74%		0,36%	0,34%
International	0,38%	0,36%	0,33%		0,16%	0,14%
<b>Total Versicherung<sup>1)</sup></b>	<b>0,70%</b>	<b>0,67%</b>	<b>0,63%</b>	<b>0,63%–0,68%</b>	<b>0,31%</b>	<b>0,29%</b>

1) Währungsbereinigt

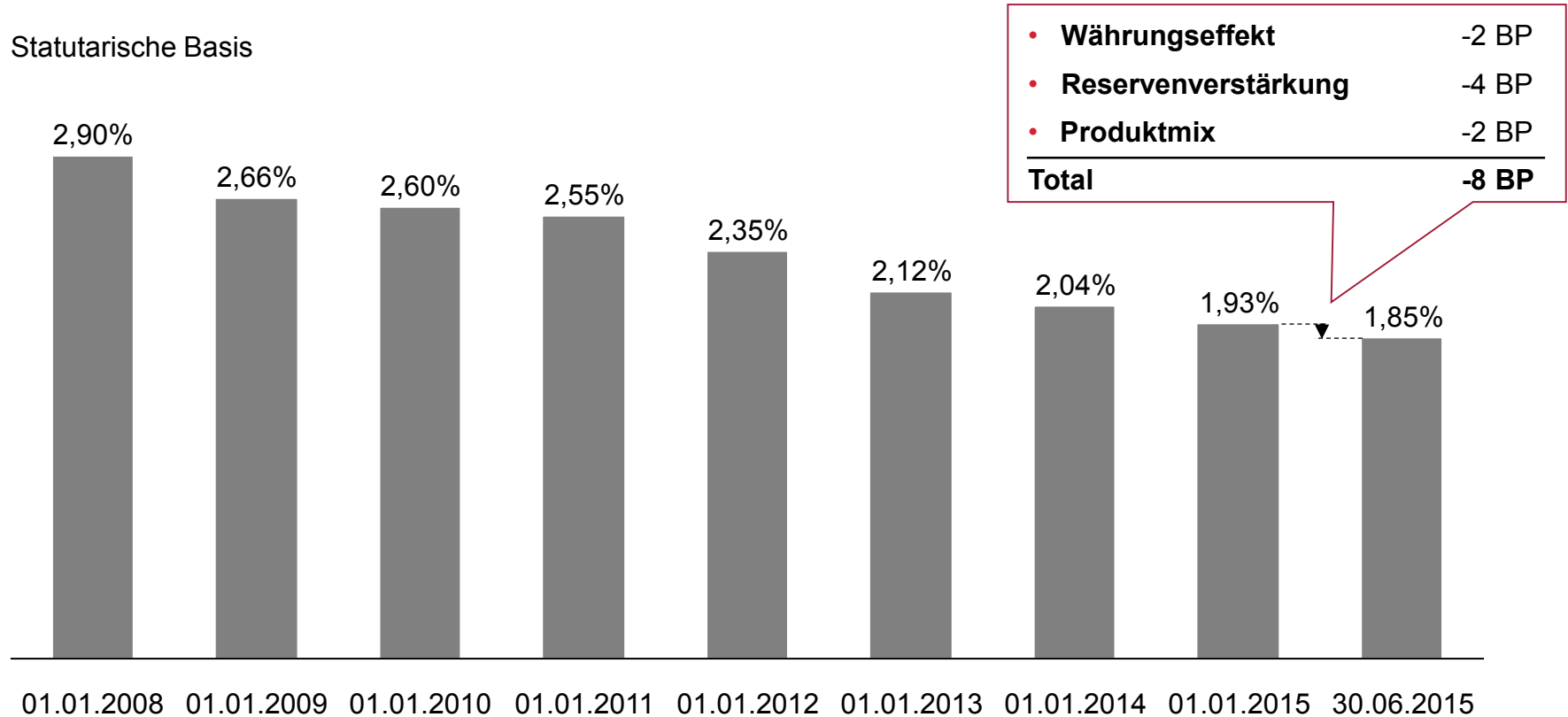
# Anhaltend hohe Renditen im Tiefzinsumfeld

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



# Durchschnittlicher technischer Zins weiter reduziert

Statutarische Basis



# «Swiss Life 2015»: Praktisch alle Ziele 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%

# 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 zugänglichen 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 2015

12. November 2015

Investors' Day 2015

25. November 2015

Jahresergebnis 2015

1. März 2016

Generalversammlung 2016

26. April 2016

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