



SwissLife

Aktionärsbrief | 1. Halbjahr 2009

Sehr geehrte Damen und Herren

Swiss Life hat im ersten Halbjahr 2009 im fortgeführten Geschäft einen Gewinn von CHF 172 Millionen (+13%) erzielt. Damit konnte der Gewinn je Aktie aus dem fortgeführten Geschäft gegenüber dem ersten Halbjahr 2008 um 22% auf CHF 5.62 gesteigert werden. Um Sonder- und Währungseffekte bereinigt, verzeichnete Swiss Life mit CHF 10,4 Milliarden ein Prämienwachstum von 7%. Die Gruppe verbesserte ihr operatives Resultat um 11% und reduzierte operativ die Kosten um 3%. Angesichts des anspruchsvollen Marktumfelds blicken wir somit auf ein befriedigendes erstes Halbjahr mit einem Reingewinn von CHF 139 Millionen zurück.

Die eingeschlagene Strategie hat sich auch in der Finanzkrise und im entsprechend garstigen Marktumfeld bewährt.

Wir haben Initiativen zur Steigerung der Kundenorientierung, Profitabilität und Effizienz eingeleitet.

BESTÄTIGUNG DER STRATEGIE – AUSRICHTUNG AUF PROFITABLES WACHSTUM | Die 2008 eingeschlagene Strategie hat sich auch in der Finanzkrise und im entsprechend garstigen Marktumfeld bewährt. Unser Fokus bleibt auf der finanziellen Vorsorge, dem Nutzen von Wachstumschancen sowie dem Streben nach funktionaler und operativer Optimierung. In der aktuellen Situation schränken jedoch zwei Themen unsere Handlungsfähigkeit ein: zum einen die Abhängigkeit vom Finanzergebnis, die sich durch den Schwerpunkt im traditionellen Geschäft ergibt, zum anderen die Kosten. Voraussetzungen, um im hart umkämpften Vorsorgemarkt konkurrenzfähig zu bleiben und unsere Wettbewerbsfähigkeit auszubauen, sind eine verstärkte Ausrichtung auf die Kundenbedürfnisse und die Produktprofitabilität sowie ein weiteres Senken der Kosten.

Swiss Life hat deshalb in allen Märkten Initiativen zur Steigerung der Kundenorientierung, der Profitabilität und der Effizienz eingeleitet. Die Effizienzsteigerungen führen bis ins Jahr 2012 zu Kostenreduktionen gegenüber 2008 von insgesamt rund CHF 350 bis 400 Millionen; davon wurden CHF 90 Millionen bereits im November 2008 im Rahmen der Straffung des Konzernhauptstizes angekündigt. Ein Grossteil dieser Einsparungen wird im Konzernbereich Schweiz (CHF 188 Millionen) und bei AWD (CHF 95 Millionen) realisiert. In diesem Zusammenhang kommt es am Standort Schweiz bis 2012 zu einem Abbau von rund 520 Stellen. 480 davon entfallen auf den Konzernbereich Schweiz, wo 220 Stellen über Freisetzungen und rund 200 Stellen über natürliche Fluktuation abgebaut werden; 60 offene Stellen wurden in den letzten Monaten bewusst nicht besetzt. Vom Abbau sind vor allem Bereiche betroffen, die nicht in der Beratung und Betreuung der Kunden angesiedelt sind. Swiss Life begleitet den Abbauprozess mit dem seit 2004 gültigen, zwischen den Sozialpartnern ausgehandelten Massnahmenplan.

GROSSE FORTSCHRITTE IM KONZERNBEREICH SCHWEIZ | Um die eigene Position auszubauen und die kundenorientierte Wachstumsstrategie umzusetzen, haben wir in der Schweiz eine Reihe von Initiativen lanciert. So stärken wir den Aussendienst mit dem Ziel, substanzielles Prämienwachstum zu erreichen. Dazu optimieren wir die Vertriebsorganisation per Januar 2010. Neben einer Konzentration auf 42 von zuvor 58 Generalagenturen bringt die neue Organisation eine Intensivierung der Marktbearbeitung und der Kundenbetreuung. Neu werden 50 Verkaufsleiter die Vorsorgeberater in ihrer Beratungs- und Verkaufstätigkeit unterstützen und die hohe Qualität der Beratungsdienstleistung gegenüber unseren Kunden weiter verbessern. Zudem investieren wir in eine leistungsfähige Aussendienst-Infrastruktur sowie in die Ausbildung. Als Teil der Strategie im Kollektivgeschäft wird neu die Angebotspalette neben dem Vollversicherungsmodell in Richtung «Voll-

sortimentanbieter» erweitert, um im Bereich von autonomen Pensionskassenlösungen die Position weiter zu stärken. Zudem wird die Zusammenarbeit mit AWD intensiviert, um bis ins Jahr 2012 über diesen Vertriebskanal rund 10 bis 15 Prozent des Neugeschäfts in der Einzelversicherung abzuschliessen.

EFFIZIENZSTEIGERUNGSPROGRAMM UND RESTRUKTURIERUNGEN BEI AWD | AWD bleibt für uns trotz kurzfristig schwierigen Rahmenbedingungen strategisch ein attraktiver Geschäftsbereich. Wir haben auch im ersten Halbjahr 2009 bei der Umsetzung unserer Strategie diesbezüglich klare und messbare Fortschritte gemacht. Unsere Ambition, uns mit unseren Produkten zum «Best-Select-Partner» zu qualifizieren, haben wir insofern erreicht, als dass wir diesen Status bereits mit zahlreichen Produkten in Deutschland und der Schweiz einnehmen. Unsere erhöhte Schlagkraft mit AWD zeigte sich im ersten Halbjahr an konkreten Fortschritten: In Deutschland konnten wir das über AWD generierte Prämienvolumen um über einen Drittel erhöhen. Aufgrund seiner Nähe zum Kunden erhalten wir durch AWD Zugang zu Marktwissen und ein vertieftes Verständnis für Kundenbedürfnisse, was uns bei der Produktentwicklung entsprechend unterstützt. Die erfolgreiche Markteinführung unseres Champion Duo-Produkts, welches wir zusammen mit AWD Schweiz entwickelt haben, ist ein ausgezeichnetes Beispiel dafür.

Aufgrund der schwierigen Marktbedingungen beschleunigt AWD sein Effizienzsteigerungsprogramm mit einer Reihe von Massnahmen. Basierend darauf werden die Holding-Funktionen redimensioniert. Künftig konzentriert sich die Management-Holding auf Koordinations- und Kontrollaufgaben für die AWD Gruppe – verbunden mit einer Senkung der Marketingausgaben und der administrativen Kosten. Zusätzlich werden die Back-Office-Funktionen der Vertriebsorganisationen in Deutschland schrittweise zentralisiert und dadurch optimiert. In Österreich wird AWD neu positioniert, indem die Vertriebsstruktur und die Kosten an das im Zuge der Finanzkrise geschwundene Marktpotenzial angepasst werden. Mit seinem im ersten Halbjahr ausgeglichenen Ergebnis für Grossbritannien bestätigt AWD das Ziel, im englischen Markt 2009 den nachhaltigen Turnaround zu schaffen. Die eingeleitete Weiterentwicklung der Markenpositionierung ist ein bedeutendes Investment in die Zukunft der AWD Gruppe. Alle Massnahmen des Programms tragen dazu bei, AWD wieder profitabel zu machen und auf künftiges Wachstum auszurichten.

Sehr geehrte Damen und Herren, wir haben unser Unternehmen in den letzten Monaten auf ein wirtschaftlich weiterhin anspruchsvolles Umfeld und auf einen härteren Konkurrenzkampf ausgerichtet. Mit den Massnahmen zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit schaffen wir die Voraussetzungen für Swiss Life, um profitabel zu wachsen und die Chancen im internationalen Vorsorgemarkt zu nutzen.



ROLF DÖRIG
Präsident des Verwaltungsrats



BRUNO PFISTER
Präsident der Konzernleitung

In Deutschland konnten wir das über AWD generierte Prämienvolumen um über einen Drittel erhöhen.

Wir haben uns auf ein wirtschaftlich weiterhin anspruchsvolles Umfeld und auf einen härteren Konkurrenzkampf ausgerichtet.

Die Swiss Life-Gruppe hat im ersten Halbjahr 2009 im fortgeführten Geschäft einen Gewinn von CHF 172 Millionen erzielt (+13%). Der Reingewinn belief sich auf CHF 139 Millionen. Dieser wurde im Zusammenhang mit dem Verkauf der Banca del Gottardo mit CHF 33 Millionen belastet. Der in der Vorjahresperiode ausgewiesene Reingewinn von CHF 1,6 Milliarden enthielt die ausserordentlichen Gewinne in Höhe von CHF 1,5 Milliarden aus den Verkäufen des niederländischen und des belgischen Versicherungsgeschäfts sowie der Banca del Gottardo.

POSITIVES ERGEBNIS IN SCHWIERIGEM MARKTUMFELD | Der Betriebsgewinn belief sich auf CHF 251 Millionen (+11%). Das Versicherungsgeschäft trug dazu CHF 280 Millionen bei (+28%).

In der Schweiz konnte nach dem Verlust im gesamten Geschäftsjahr 2008 wieder ein Gewinn erzielt werden. Dieser fiel trotz höheren Überschusszuweisungen dank dem deutlich verbesserten Finanzergebnis und Kostensenkungen mit CHF 193 Millionen um 61% höher aus als in der Vergleichsperiode. Auch das Segmentergebnis in Deutschland konnte auf CHF 31 Millionen gesteigert werden (+63%), während in Frankreich ein um 30% tieferes Segmentergebnis von CHF 70 Millionen erzielt wurde. Das Ergebnis für das Segment übriges Versicherungsgeschäft (CHF -14 Millionen; +33%) hat sich gegenüber dem Vorjahr verbessert. Dieses widerspiegelt die gezielten Investitionen in die Wachstumsmärkte des grenzüberschreitenden Geschäfts.

Das Ergebnis im Segment Investment Management ging hauptsächlich aufgrund der tieferen Kommissionen infolge des Rückgangs der verwalteten Vermögen sowie Projektkosten auf CHF 35 Millionen (-27%) zurück.

Bei der AWD Gruppe resultierte ein Segmentverlust von CHF 28 Millionen. Die AWD Gruppe erlitt infolge von Umsatzeinbussen in allen Märkten sowie Restrukturierungsaufwendungen auf Holdingstufe und in Österreich einen operativen Verlust von EUR 10 Millionen (Vorjahr: operativer Gewinn EUR 27 Millionen). Die Zusammenarbeit zwischen Swiss Life und AWD entwickelte sich weiterhin sehr positiv: In Deutschland konnte das über AWD generierte Prämienvolumen um über ein Drittel erhöht werden.

ERFREULICHES PRÄMIENWACHSTUM BEI NICHT TRADITIONELLEN PRODUKTEN | Die Swiss Life-Gruppe erzielte Bruttoprämieeinnahmen, Policengebühren und Einlagen aus Versicherungs- und Kapitalanlageverträgen in Höhe von CHF 10,4 Milliarden, was bereinigt um Währungs- und Sondereffekte einem Wachstum von 7% entspricht. Das Resultat wurde insbesondere aufgrund des positiven Wachstums bei den innovativen Vorsorgeprodukten erzielt.

Im Vergleich zum Vorjahr verzeichnete Swiss Life in der Schweiz einen Prämienrückgang von 10% auf CHF 5,3 Milliarden. Korrigiert um Sondereffekte betrug der Rückgang nur 2%, was im Rahmen der Marktentwicklung liegt. Der Rückgang stammt hauptsächlich aus dem Kollektivgeschäft, während in der Einzelversicherung das Niveau der Vorjahresperiode gehalten werden konnte. In Frankreich erwirtschaftete Swiss Life in den ersten sechs Monaten Prämieeinnahmen von CHF 2,5 Milliarden, was in lokaler Währung und bereinigt um Sondereffekte einem Rückgang von 1% entspricht. Der Hauptgrund liegt darin, dass

Swiss Life den Wettbewerb im Bereich der kurzfristigen Zinsversprechen aus Wirtschaftlichkeitsgründen nicht mitmachte. Im Krankenversicherungsgeschäft konnte Swiss Life die Prämieinnahmen um 5% steigern. In Deutschland ist das Prämienvolumen um 7% auf rund CHF 971 Millionen gestiegen (+14% in lokaler Währung). Sowohl im Einmalprämien-geschäft als auch bei den laufenden Prämien – insbesondere in der Berufsunfähigkeitsvor-sorge – wurden in Deutschland überdurchschnittliche Markterfolge erzielt. Dank der Qua-lifikation zum «Best-Select-Partner» von AWD in mehreren Produktgruppen konnte die Neugeschäftsproduktion markant gesteigert werden. Im Segment übriges Versiche-rungsgeschäft konnten die Prämieinnahmen im ersten Halbjahr um 70% auf CHF 1,6 Milliar-den gesteigert werden. Dazu beigetragen hat insbesondere das globale Geschäft für vermö-gende Privatkunden (Private Placement Life Insurance), bei dem ein Prämienwachstum von 80% auf CHF 1,4 Milliarden verzeichnet werden konnte.

Der Wert des Neugeschäfts nach MCEV-Methode belief sich auf CHF 76 Millionen bei einer Marge von 1,2%.

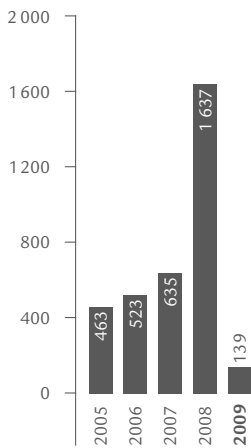
ANLAGEERGEBNIS DEUTLICH GESTEIGERT | Die im zweiten Halbjahr 2008 vorgenom-menen Anpassungen der Anlagestruktur auf das geänderte Marktumfeld und die Reduktion der Bilanzrisiken haben sich auch im ersten Halbjahr 2009 bewährt. Swiss Life erzielte in der Berichtsperiode eine direkte Anlagerendite im Versicherungsgeschäft von 1,9% (Vorjahr: 2,1%). Absicherungskosten und Wertberichtigungen führten zu einem geringen Kapital-verlust von netto CHF 49 Millionen (Vorjahr: CHF 1,2 Milliarden). Damit verbesserte sich die Nettoanlagerendite auf dem Versicherungsportefeuille trotz einem sehr hohen Liquidi-tätsbestand von 1,0% im Vorjahr auf 1,8%.

RÜCKGANG BEI OPERATIVEN KOSTEN DURCH STRIKTES KOSTENMANAGEMENT | Die Versicherungsleistungen und Veränderungen der technischen Rückstellungen reduzier-ten sich um 12% auf CHF 7,4 Milliarden. Die Überschussbeteiligung der Versicherungs-nehmer konnte dank dem gegenüber der Vorjahresperiode deutlich besseren Finanzergeb-nis von CHF 77 Millionen auf CHF 651 Millionen erhöht werden. Die bereinigten operativen Kosten wurden um 3% auf CHF 688 Millionen gesenkt, wozu die Schweiz mit einem Kosten-fortschritt von 8% beigetragen hat.

KAPITALBASIS UND EIGENKAPITAL STABIL | Die versicherungstechnischen Rückstel-lungen erhöhten sich im ersten Halbjahr um 4% (+3% in lokaler Währung) auf CHF 118 Mil-liarden. Die von der Swiss Life-Gruppe kontrollierten Vermögenswerte beliefen sich per 30. Juni 2009 auf CHF 139 Milliarden (+4%). Ebenfalls erhöhte sich das den Aktionären zurechenbare Eigenkapital im Vergleich zum Jahresende um 2% auf CHF 6,8 Milliarden. Die IFRS-Gruppensolvabilität per 30. Juni 2009 blieb mit 155% im Rahmen des Vorjahres (Ende 2008: 158%). Die statutarische Solvenz erhöhte sich seit Ende 2008 von 176% auf 190%. Damit verfügt Swiss Life nach wie vor über eine solide Kapitalbasis.

Reingewinn im 1. Halbjahr

Mio. CHF



Periodenvergleich Swiss Life-Gruppe

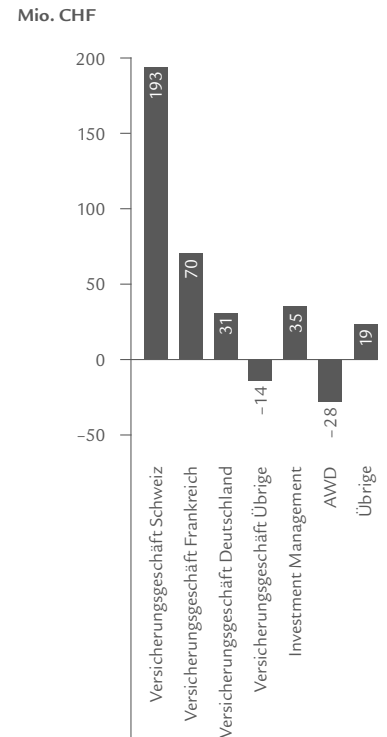
Mio. CHF (falls nicht anders vermerkt)	HJ 2009	HJ 2008	+/-
Prämienvolumen			
Verbuchte Bruttoprämien, Policengebühren und erhaltene Einlagen	10 387	10 888	-4.6%
Zahlen aus der konsolidierten Erfolgsrechnung			
Verdiente Nettoprämien	7 508	8 557	-12.3%
Verdiente Policengebühren (netto)	111	126	-11.9%
Finanzergebnis	2 122	1 215	74.7%
Total Ertrag	10 174	10 418	-2.3%
Versicherungsleistungen und Schadenfälle (netto)	-7 446	-8 459	-12.0%
Überschussbeteiligung der Versicherungsnehmer	-651	-77	n.m.
Betriebsaufwand	-1 646	-1 456	13.0%
Total Aufwand	-9 923	-10 191	-2.6%
Betriebsgewinn	251	227	10.6%
Reingewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen	172	152	13.2%
Halbjahresergebnis aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	-33	1 485	n.m.
Reingewinn	139	1 637	-91.5%
<i>Zuweisung des Reingewinns</i>			
Aktionäre der Swiss Life Holding	142	1 638	-91.3%
Nicht beherrschende Anteile	-3	-1	n.m.
Weitere Kennzahlen			
Eigenkapitalrendite annualisiert (in %)	4.3	50.2	-91.4%
Aktienkennzahlen			
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in CHF)	4.58	49.71	-90.8%
Verwässertes Ergebnis je Aktie (in CHF)	4.56	49.06	-90.7%
Mio. CHF (falls nicht anders vermerkt)	30.06.2009	31.12.2008	+/-
Zahlen aus der konsolidierten Bilanz			
Eigenkapital	6 793	6 652	2.1%
Versicherungstechnische Rückstellungen	118 027	113 308	4.2%
Bilanzsumme	138 375	134 791	2.7%
Weitere Kennzahlen			
Kontrollierte Vermögenswerte	139 356	134 326	3.7%
Wert Neugeschäft (MCEV)	76	n.a.	n.a.
Anzahl Mitarbeitende (Vollzeitstellen)	8 075	8 184	-1.3%

n.m.: nicht massgebend

Kennzahlen Segmente			
Mio. CHF	HJ 2009	HJ 2008	+/-
Versicherungsgeschäft Schweiz			
Verbuchte Bruttoprämien, Policengebühren und erhaltene Einlagen	5 334	5 907	-9.7%
Segmentergebnis	193	120	60.8%
Versicherungsgeschäft Frankreich			
Verbuchte Bruttoprämien, Policengebühren und erhaltene Einlagen	2 524	3 168	-20.3%
Segmentergebnis	70	100	-30.0%
Versicherungsgeschäft Deutschland			
Verbuchte Bruttoprämien, Policengebühren und erhaltene Einlagen	971	908	6.9%
Segmentergebnis	31	19	63.2%
Versicherungsgeschäft Übrige			
Verbuchte Bruttoprämien, Policengebühren und erhaltene Einlagen	1 573	928	69.5%
Segmentergebnis	-14	-21	33.3%
Investment Management			
Ertrag aus Gebühren, Kommissionen und Provisionen	118	131	-9.9%
Segmentergebnis	35	48	-27.1%
AWD (konsolidiert seit 19.03.2008)			
Ertrag aus Gebühren, Kommissionen und Provisionen	383	253	51.4%
Segmentergebnis	-28	5	n.m.
Übrige			
Ertrag aus Gebühren, Kommissionen und Provisionen	4	5	-20.0%
Segmentergebnis	19	16	18.8%

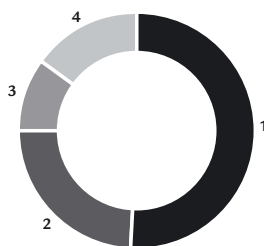
n.m.: nicht massgebend

Segmentergebnis 1. Halbjahr 2009



Verbuchte Bruttoprämien, Policengebühren und erhaltene Einlagen im Versicherungsgeschäft 1. Halbjahr 2009

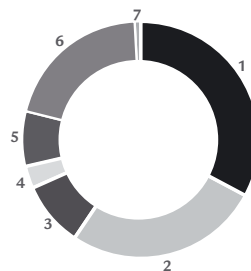
Total 100%



- 1 Schweiz 51%
- 2 Frankreich 24%
- 3 Deutschland 10%
- 4 Übrige 15%

Mitarbeitende nach Segmenten (Vollzeitstellen) per 30.06.2009

Total 8075 Vollzeitstellen



- 1 Versicherungsgeschäft Schweiz 2669
- 2 Versicherungsgeschäft Frankreich 2161
- 3 Versicherungsgeschäft Deutschland 736
- 4 Versicherungsgeschäft Übrige 242
- 5 Investment Management 603
- 6 AWD (Innendienst) 1661
- 7 Übrige 3

Kontaktadressen

Swiss Life
General-Guisan-Quai 40
Postfach 2831
CH-8022 Zürich
Tel. +41 43 284 33 11
www.swisslife.com

Shareholder Services
Tel. +41 43 284 61 10
Fax +41 43 284 61 66
E-Mail shareholder.services@swisslife.ch

Investor Relations
Tel. +41 43 284 52 76
Fax +41 43 284 44 41
E-Mail investor.relations@swisslife.ch

Media Relations
Tel. +41 43 284 77 77
Fax +41 43 284 48 84
E-Mail media.relations@swisslife.ch

Vorbehalt bei Zukunftsaussagen

Dieses Dokument kann Prognosen und andere in die Zukunft gerichtete Aussagen zu Swiss Life enthalten, die mit bekannten und unbekanntem Risiken, Unsicherheiten und weiteren wichtigen Faktoren verbunden sind. Der Leser sollte sich bewusst sein, dass es sich bei diesen zukunftsgerichteten Aussagen lediglich um Prognosen handelt, die deutlich von den tatsächlichen Ergebnissen, von der Finanzlage, von den Entwicklungen, Leistungen und Erwartungen abweichen können und deshalb nicht überbewertet werden sollten. Weder Swiss Life noch ihre Verwaltungsräte, Geschäftsführer, Führungskräfte, Mitarbeiter oder externen Berater oder andere Personen, die mit Swiss Life verbunden sind oder in einem anderweitigen Verhältnis zu ihr stehen, geben ausdrückliche oder implizite Zusicherungen oder Gewährleistungen bezüglich der Richtigkeit oder Vollständigkeit der in diesem Dokument enthaltenen Informationen. Weder Swiss Life noch ihre Verwaltungsräte, Geschäftsführer, Führungskräfte, Mitarbeiter sowie externe Berater oder andere Personen, die mit Swiss Life verbunden sind oder in einem anderweitigen Verhältnis zu ihr stehen, haften für Schäden oder Verluste irgendwelcher Art, die sich direkt oder indirekt aus der Verwendung des vorliegenden Dokumentes ergeben. Alle zukunftsgerichteten Aussagen beruhen auf Swiss Life zum Zeitpunkt der Erstellung des vorliegenden Dokuments zugänglichen Informationen. Unter Vorbehalt des anwendbaren Rechts ist Swiss Life nicht verpflichtet, in die Zukunft gerichtete Aussagen zu aktualisieren oder zu verändern oder diese an neue Informationen, zukünftige Ereignisse oder Entwicklungen oder aus irgendeinem anderen Grund anzupassen.

Dieser Aktionärsbrief liegt auch in englischer, französischer und italienischer Sprache vor. Der deutsche Text ist massgebend.

© Swiss Life Holding AG, 2009

Wichtige Termine

Zwischenmitteilung
11. November 2009

Investors' Day
15. Dezember 2009

Generalversammlung
6. Mai 2010
Hallenstadion Zürich

Finanzpublikationen

Alle Finanzpublikationen der Swiss Life-Gruppe finden Sie auch im Internet:
www.swisslife.com/bericht