

Ergebnisse und Geschäftsverlauf

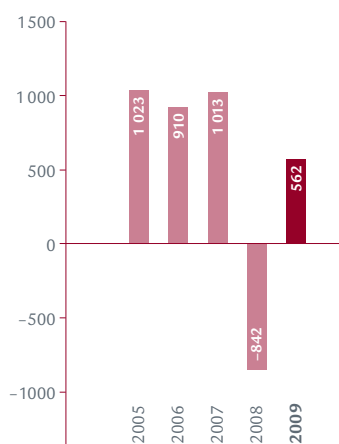
Kommentar zum Resultat – Swiss Life erzielte im Jahr 2009 aus dem fortgeführten Geschäft ein Jahresergebnis von CHF 324 Millionen gegenüber einem Verlust von CHF 1,1 Milliarden im Vorjahr. Zugleich steigerte die Gruppe das Prämienvolumen um 9% auf CHF 20,2 Milliarden. Insgesamt haben ein starkes Finanzergebnis von CHF 4,6 Milliarden und ein sehr gutes viertes Quartal positiv zum Gesamtergebnis beigetragen.

KONSOLIDIERTES ERGEBNIS – Swiss Life hat sich operativ im Jahr 2009 markant verbessert. Das Betriebsergebnis erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um CHF 1,4 Milliarden auf CHF 562 Millionen. Auf dem fortgeführten Geschäft erzielte Swiss Life ein Jahresergebnis von CHF 324 Millionen. Gegenüber dem Vorjahr ist dies eine

Verbesserung von CHF 1,5 Milliarden. Der Reingewinn, inklusive aufgebener Geschäftsbereiche, liegt bei CHF 277 Millionen, was einem verwässerten Ergebnis je Aktie von CHF 8.83 entspricht. Dieser wurde durch Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Verkauf der Banca del Gottardo von CHF 47 Millionen belastet. Bei einem Eigenkapital von CHF 7,2 Milliarden ergibt sich eine Eigenkapitalrendite von 4%. Die Fortschritte sind zum einen auf die verbesserte Entwicklung an den Finanzmärkten und zum anderen auf die sehr gute Leistung im Investment Management von Swiss Life zurückzuführen. So kann Swiss Life für das Jahr 2009 mit einem Finanzergebnis von CHF 4,6 Milliarden aufwarten – bezogen auf die CHF 600 Millionen in der Vorjahresperiode eine starke Verbesserung. Zudem zeigt das Revitalisierungsprogramm MILESTONE, das die Wettbewerbsfähigkeit und Profitabilität des Unternehmens nachhaltig stärken soll, erste Auswirkungen. Insbesondere konnten die um Restrukturierungskosten und Einmaleffekte bereinigten operativen Kosten im Berichtsjahr bereits deutlich gesenkt werden. Insgesamt ist jedoch der Reingewinn noch nicht befriedigend, da die Kapitalkosten noch nicht gedeckt wurden.

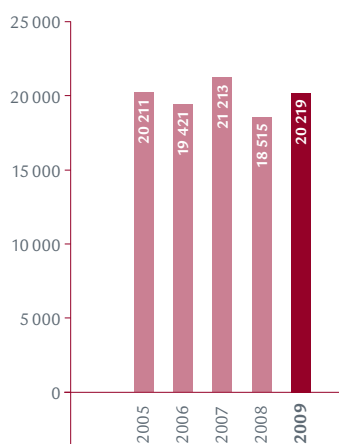
Betriebsergebnis

Mio. CHF



Verbuchte Bruttoprämien, Policengebühren und erhaltene Einlagen

Mio. CHF



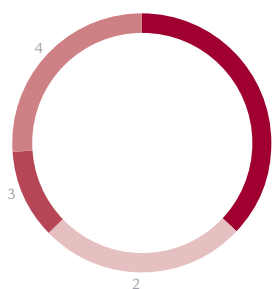
Verbesserung von CHF 1,5 Milliarden. Der Reingewinn, inklusive aufgebener Geschäftsbereiche, liegt bei CHF 277 Millionen, was einem verwässerten Ergebnis je Aktie von CHF 8.83 entspricht. Dieser wurde durch Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Verkauf der Banca del Gottardo von CHF 47 Millionen belastet. Bei einem Eigenkapital von CHF 7,2 Milliarden ergibt sich eine Eigenkapitalrendite von 4%. Die Fortschritte sind zum

KENNZAHLEN SWISS LIFE-GRUPPE

Beträge in Mio. CHF

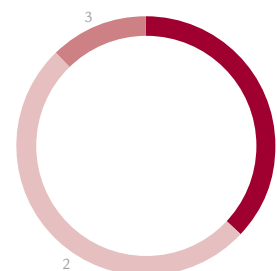
	2009	2008	+/-
VERBUCHTE BRUTTOPRÄMIEN, POLICENGEBÜHREN UND ERHALTENE EINLAGEN	20 219	18 515	9.2%
Verdiente Nettoprämien und verdiente Policengebühren (netto)	12 135	13 514	-10.2%
Ertrag aus Gebühren, Kommissionen und Provisionen	934	950	-1.7%
Finanzergebnis (ohne Ergebnisanteile an assoziierten Unternehmen)	4 588	600	n. a.
Übriger Ertrag	159	292	-45.5%
TOTAL ERTRAG	17 816	15 356	16.0%
Versicherungsleistungen und Schadenfälle (netto)	-11 884	-12 915	-8.0%
Überschussbeteiligung der Versicherungsnehmer	-1 539	429	n. a.
Zinsaufwand	-353	-393	-10.2%
Betriebsaufwand	-3 478	-3 319	4.8%
TOTAL AUFWAND	-17 254	-16 198	6.5%
BETRIEBSERGEBNIS	562	-842	n. a.
Jahresergebnis aus fortgeführten Geschäftsbereichen	324	-1 143	n. a.
Jahresergebnis aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	-47	1 488	n. a.
REINGEWINN	277	345	-19.7%
Eigenkapital	7 245	6 652	8.9%
Versicherungstechnische Rückstellungen	122 616	113 308	8.2%
Verwaltete Vermögen	132 022	120 364	9.7%
Kontrollierte Vermögen	148 186	134 326	10.3%
Eigenkapitalrendite (in %)	4.0	5.0	-20.0%
Anzahl Mitarbeitende (Vollzeitstellen)	7 820	8 291	-5.7%

Verbuchte Bruttoprämien, Policengebühren und erhaltene Einlagen nach Ländern



1 Schweiz
2 Frankreich
3 Deutschland
4 Übrige

Verbuchte Prämien aus direktem Geschäft nach Versicherungsart



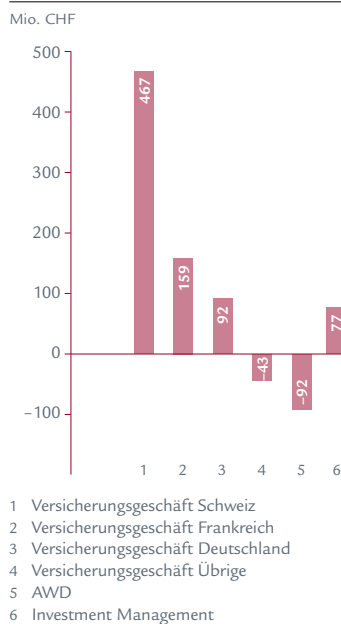
1 Kollektiv 37%
2 Einzel 51%
3 Übrige 12%

SEGMENTERGEBNISSE – Swiss Life wies in der Schweiz ein Segmentergebnis von CHF 467 Millionen aus. Wesentlich dazu beigetragen hat das stark verbesserte Finanzergebnis von CHF 2,7 Milliarden. Aufgrund einmaliger Restrukturierungskosten und anderer Einmal-effekte erhöhte sich der Betriebsaufwand im Vergleich zum Vorjahr. Allerdings konnten die Verwaltungskosten um 13,9% gesenkt werden. Erzielt wurde dies durch eine Optimierung von Prozessen sowie eine Fokussierung und

Segmentverlust belief sich in der Berichtsperiode auf CHF 43 Millionen. Aufgrund tieferer Erträge aus dem Vermögensverwaltungsgeschäft liegt das Segmentergebnis im Investment Management mit CHF 77 Millionen um CHF 17 Millionen unter dem des Vorjahrs. AWD weist einen Segmentverlust von CHF 92 Millionen aus (Vorjahr: CHF –41 Millionen), der auf Einmal- und Restrukturierungsaufwendungen zurückzuführen ist. Bereinigt um diese Aufwendungen, hat AWD im Jahr 2009 wieder ein positives Betriebsergebnis von CHF 19 Millionen (EUR 12,6 Millionen) erreicht. AWD setzte den im dritten Quartal 2009 eingeschlagenen Weg fort und war somit auch im vierten Quartal operativ wieder profitabel. Diese Entwicklung ist auf die Kostensenkungsmassnahmen vor allem in Deutschland sowie auf die grundlegende Neuausrichtung von AWD insbesondere in Österreich und Grossbritannien zurückzuführen.

WACHSTUM – Swiss Life erzielte im Berichtsjahr ein Prämienwachstum von 9% auf CHF 20,2 Milliarden. Bereinigt um Währungseffekte, entspricht dies einem Wachstum von 12%. Zum erfreulichen Bild hat insgesamt ein starkes viertes Quartal beigetragen. Insbesondere wuchs die Gruppe in Deutschland und im internationalen Geschäft mit vermögenden Privatkunden. In Deutschland stiegen die Prämieinnahmen von CHF 2,0 Milliarden auf CHF 2,2 Milliarden. Swiss Life ist im Bereich des Einmaleinlagengeschäfts mehr als doppelt so stark gewachsen wie der Markt, und auch das Geschäft mit periodischen Prämien hat sich deutlich besser als der Markt entwickelt, wenngleich auch ein Rückgang zu verzeichnen ist. Positiv wirkte sich die Partnerschaft mit AWD aus: In Deutschland hat sich die Neugeschäftsproduktion via AWD auf rund EUR 380 Millionen verdoppelt und in der Schweiz von CHF 11 Millionen auf CHF 112 Millionen erhöht. Im Geschäft mit vermögenden Privatkunden erzielte Swiss Life mit einem Prämienvolumen von CHF 5 Milliarden (Vorjahr: CHF 2,4 Milliarden) ein hervorragendes Resultat. Swiss Life in Frankreich hat besonders in der zweiten Jahreshälfte 2009 an Schwung gewonnen. Insgesamt ging das Prämienvolumen zwar um 3% auf CHF 5,3 Milliarden zurück, hatte aber nach Bereinigung um einen Einmaleffekt einen Zuwachs von 5% in lokaler Währung zu verzeichnen. In der Schweiz gingen die Prämieinnahmen um 8% auf CHF 7,5 Milliarden zurück; bereinigt um einen Einmaleffekt, gingen sie um 2% zurück.

Segmentergebnis



Reduktion des Projektportfolios. In Frankreich erzielte das Versicherungsgeschäft ein Segmentergebnis von CHF 159 Millionen (Vorjahr: CHF 40 Millionen), dies aufgrund des deutlich besseren Finanzergebnisses und eines soliden Risikoresultats. In Deutschland resultierte für Swiss Life ein Segmentergebnis von CHF 92 Millionen, CHF 63 Millionen höher als im Vorjahr. Das Versicherungsgeschäft Übrige – zu welchem die eigentlichen Wachstumsinitiativen in Liechtenstein, Luxemburg, Singapur, Dubai sowie die Restschuldersicherung gehören – ist erneut geprägt von Investitionen. Hohe operative Kosten schlagen sich insbesondere in Start-up-Investitionen wie der Produktplattform in Luxemburg und im Bereich Restschuldersicherung nieder. Der entsprechende

AWD verzeichnete einen Umsatzrückgang von 17% – dies vor allem aufgrund der Neuausrichtung des Geschäfts in Österreich sowie der durch die Finanzmarktkrise bedingte Zurückhaltung der Kunden, ihr Geld in Vorsorgelösungen zu investieren.

FINANZERGEBNIS – Swiss Life weist ein gutes Finanzergebnis 2009 mit tiefen Wertberichtigungen aus. Die zu Beginn des Jahres nach wie vor grosse Unsicherheit an den Kapitalmärkten aufgrund der Finanzkrise schwächte sich während des Jahres zusehends ab. Die Marktstabilisierung wirkte sich positiv auf das Finanzergebnis aus. Die direkten Erträge erreichten trotz tieferen Dividendeneinnahmen aus Aktienanlagen und fehlenden Erträgen aus Hedge-Fund-Investments 3,8%. Im Gegensatz zum Vorjahr entwickelten sich erfolgsrelevante Veränderungen der Vermögenswerte positiv. Es waren nur wenige Wertberich-

tigungen auf dem Anlageportfolio nötig, die mit realisierten und nicht realisierten Gewinnen mehr als kompensiert wurden. Unter Berücksichtigung der Kosten für die Vermögensverwaltung lag die Nettoanlagerendite bei 3,9% (Vorjahr: 0,3%). Die Gesamtrendite von 5,4% (Vorjahr: 0,5%) beinhaltet auch die sich im Eigenkapital niederschlagenden Wertänderungen der Vermögenswerte. Unter Berücksichtigung des Fair Value der nicht zu Marktwerten bilanzierten Anlagen betrug die Gesamtperformance 7,5%. Vor allem markant tiefere Kreditrisiko-Spreads wirkten sich positiv auf die festverzinslichen Anlagen aus. Die Reduktion der Bilanzrisiken in der zweiten Jahreshälfte 2008 hat sich somit bewährt. Swiss Life hat trotz volatilen Marktbedingungen und tiefem Zinsumfeld einen Kapitalertrag erwirtschaftet, der deutlich über den gegenüber den Kunden garantierten Verzinsungen lag.

ASSET ALLOCATION AUF FAIR-VALUE-BASIS PER 31. DEZEMBER (VERSICHERUNGSPORTEFEUILLE AUF EIGENES RISIKO)

Beträge in Mio. CHF

	2009	2009	2008	2008
Aktien und Aktienfonds	3 803	3.4%	2 335	2.2%
Alternative Anlagen	1 958	1.7%	3 272	3.1%
Liegenschaften	13 284	11.8%	12 662	11.9%
Hypotheken	5 553	4.9%	5 644	5.3%
Darlehen	12 109	10.8%	13 355	12.6%
Obligationen	70 517	62.6%	62 350	58.6%
Flüssige Mittel und Übrige	5 387	4.8%	6 709	6.3%
TOTAL	112 611	100.0%	106 327	100.0%
Aktienquote netto		1.8%		0.8%
Duration bei Obligationen		8.5 Jahre		9.2 Jahre

MILESTONE – Mit ihrem gruppenweiten Profitabilitäts- und Effizienzsteigerungsprogramm MILESTONE hat Swiss Life im Jahr 2009 die Weichen auf profitables Wachstum gestellt. Im Dezember 2009 wurde das Programm am Investorentag detailliert der Öffentlichkeit vorgestellt. MILESTONE ist weit mehr als ein Kostensenkungsprogramm. Das Programm soll das Unternehmen in wesentlichen Teilen der Wertschöpfungskette verändern. Dabei verfolgt Swiss Life fünf Stossrichtungen: Erstens wird der Kundennutzen gesteigert und die Profitabilität der Produkte verbessert. Zweitens wird die Vertriebskraft gestärkt – sowohl bezüglich Qualität der Beratung als auch Ausbau der Vertriebsstrukturen. Drittens sollen die operative Effizienz erhöht und die Kosten gesenkt werden. Viertens stärkt die Gruppe die Bilanz und ihre Kapitalbasis. Das fünfte Ziel lautet: disziplinierte Umsetzung. Rund 500 Initiativen sind definiert, deren Zielerreichung konsequent verfolgt wird. Eine Konsequenz dieser Umsetzungsdisziplin ist bei der bereits verbesserten Kostensituation der Gruppe ersichtlich, wozu der Konzernbereich Schweiz und AWD einen wesentlichen Beitrag geleistet haben: Insgesamt konnten die operativen Kosten gegenüber dem Jahr 2008 bereits um rund 10% gesenkt werden. Auf gutem Weg ist Swiss Life auch bei der Ausrichtung des Neugeschäfts auf moderne Vorsorgelösungen mit wählbaren Garantien und auf Risikoprodukte, deren Anteil am Neugeschäft im Jahr 2009 auf 60% gesteigert wurde.

Noch unbefriedigend zeigt sich die Situation bei den Margen und dem Wert des Neugeschäfts. Enttäuschend war insbesondere die negative Entwicklung der Neugeschäftsmarge, die von 1,1% im Jahr 2008 auf 0,9% im Jahr 2009 zurückging. Beim Wert des Neugeschäfts stagnierte die Entwicklung: Im Jahr 2009 betrug er CHF 123 Millionen gegenüber CHF 119 Millionen im Jahr 2008. Für Swiss Life werden diese zwei Messgrössen an Bedeutung gewinnen. Konkrete Ziele von MILESTONE bis ins Jahr 2012 sind folgende: Die Gruppe strebt eine Eigenkapitalrendite von 10 bis 12% an, will ihre Marge auf dem Neugeschäft auf rund 2,2% steigern, wird gegenüber dem Jahr 2008 ihre Kostenbasis um CHF 350 bis 400 Millionen verbessern, strebt eine Dividendenauszahlung von 20 bis 40% des Reingewinns an und wird 70% ihres Neugeschäfts mit modernen Produkten sowie im Bereich der Risikodeckung realisieren. Der im Zusammenhang mit MILESTONE angekündigte Abbau von 520 Stellen in der Schweiz wurde mit einem umfassenden Massnahmenpaket begleitet, das mit den Sozialpartnern ausgehandelt worden war und sich bereits bei anderer Gelegenheit bewährt hatte. Auch wenn die Phase der Neuorientierung der betroffenen Mitarbeitenden noch nicht überall abgeschlossen ist, lässt sich doch positiv festhalten, dass die Begleitmassnahmen grösstenteils erfolgreich verliefen. Für 75 der bisher 221 betreuten Personen hat Swiss Life bis Ende 2009 bereits eine neue Lösung gefunden, dabei sind vorzeitige Pensionierungen eingerechnet. Zurzeit sind noch 146 Mitarbeitende in der von Swiss Life angebotenen begleiteten beruflichen Neuorientierung.

KAPITALBASIS – Swiss Life hat die Finanzkrise gut überstanden und verfügt über eine solide Kapitalbasis. Die Verbindlichkeiten aus dem Versicherungsgeschäft stiegen um 8% auf CHF 123 Milliarden. Das den Aktionären zurechenbare Eigenkapital der Swiss Life-Gruppe betrug per 31. Dezember 2009 CHF 7,2 Milliarden, was gegenüber dem Vorjahr (CHF 6,6 Milliarden) einer Stärkung um 9% entspricht. Die Gruppen-Solvabilitätsquote auf IFRS-Basis stieg gegenüber dem Vorjahr (158%) per Ende Jahr auf 164%. Die statutarische Solvabilitätsquote betrug 190% (Vorjahr: 176%). Die von der Swiss Life-Gruppe kontrollierten Vermögen beliefen sich insgesamt auf CHF 148 Milliarden (+10%).

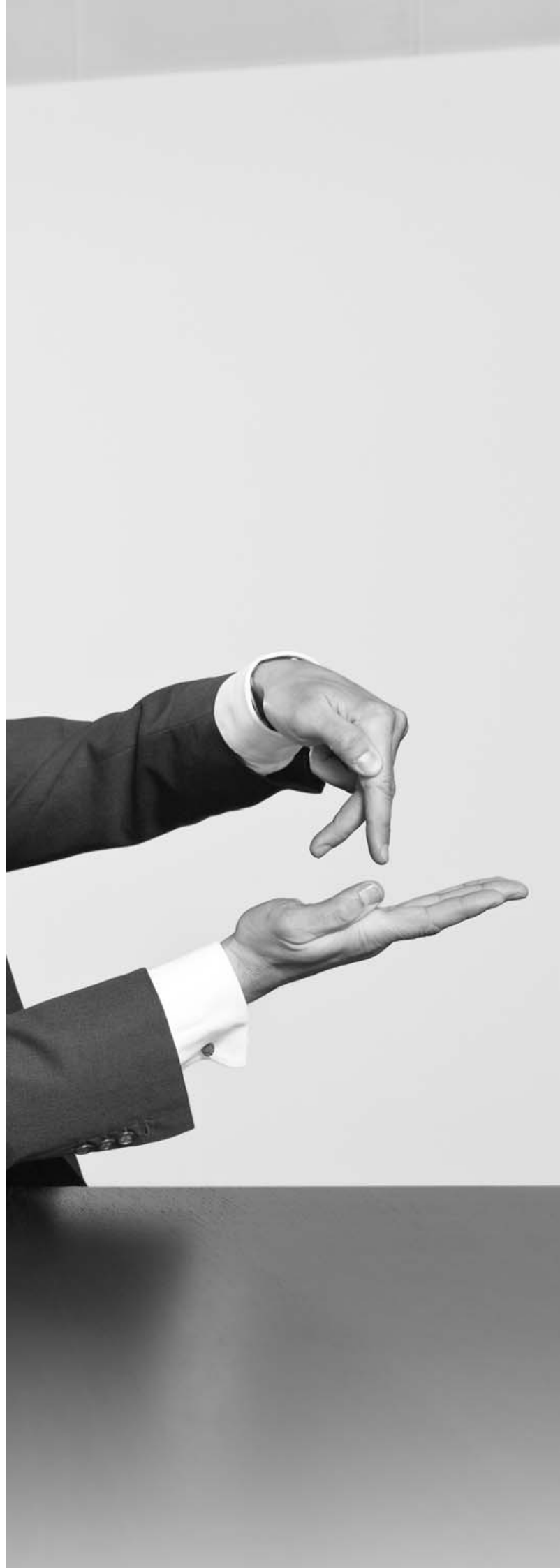


Ich fühle mich in meinem Job als Unternehmerin im Unternehmen. Die Unabhängigkeit, die mir meine Arbeitgeberin gewährt, und das Vertrauen, das ich von meinen Vorgesetzten erfahre, versetzen mich in die Lage, eine tragfähige Brücke zu unseren Bankkunden zu bauen. Die Kultur des Gebens und Nehmens, geprägt sowohl von **Offenheit** als auch von Diskretion, erlebe ich auch bei meiner Geschäftspartnerin Swiss Life. Auf dieser Basis finden wir für unsere gemeinsamen Kunden eine individuelle Vorsorgelösung, zum Beispiel, wenn es gilt, deren Nachlass zu regeln.

Carla Zimmermann, 30

Swiss Life-Partnerin Private Placement Life Insurance,
Zürich, Schweiz

Carla Zimmermann arbeitet seit 2006 beim traditionsreichen Bankhaus Mirabaud & Cie. in der Zürcher Niederlassung. Die Nachwuchskaderfrau mit Bodenhaftung ist in Mels im Kanton St. Gallen aufgewachsen und hat via Berufsmatur den Weg zum Private Banking gefunden. Als Vermögensberaterin pflegt sie Beziehungen zu Kunden aus der Schweiz und ganz Europa.





Mich fasziniert es, in engem Kontakt mit Mirabaud & Cie. passende Lösungen für jeden einzelnen Kunden zu bauen. Um diese Aufgabe wahrzunehmen, sind Ehrlichkeit, Diskretion, Verbindlichkeit und Anteilnahme von zentraler Bedeutung – und das ist es auch, was Swiss Life und Mirabaud & Cie. verbindet. Nur wenn wir den Kunden als einzigartiges Individuum betrachten, sind wir in der Lage, **Vertrauen** aufzubauen, das ein Leben lang hält.

Olivier Kramer, 41

Regional Sales Director, Private Placement Life Insurance, Genf, Schweiz

Olivier Kramer ist im Oktober 2009 bei Swiss Life im Bereich Private Placement Life Insurance (PPLI) eingestiegen und berät das Bankhaus Mirabaud & Cie. im Genfer Büro. Er ist seit vielen Jahren im Geschäft mit PPLI tätig und engagiert sich mit Professionalität und Überzeugung für die Unabhängigkeit einer internationalen, vermögenden Privatkundschaft.



Segmentberichterstattung – Im Versicherungsgeschäft berichtet Swiss Life einerseits nach Ländern, andererseits weist sie die länderübergreifenden Segmente Versicherungsgeschäft Übrige, AWD und Investment Management getrennt aus. Im Jahr 2009 verzeichnete Swiss Life über alle Segmente einen Gewinn in der Höhe von CHF 632 Millionen (2008: Verlust von CHF 726 Millionen). Am meisten zu diesem positiven Resultat beigetragen hat das Segment Versicherungsgeschäft Schweiz mit CHF 467 Millionen.

Swiss Life hat die Krise an den Finanzmärkten gut überstanden und kann für das Jahr 2009 solide Zahlen präsentieren. Im Heimmarkt Schweiz betrug das Ergebnis CHF 467 Millionen, in Frankreich CHF 159 Millionen und in Deutschland CHF 92 Millionen. Das Segment Investment Management hat CHF 77 Millionen zum positiven Gesamtergebnis beigetragen, während in den Segmenten Versicherungsgeschäft Übrige und AWD Verluste von CHF 43 Millionen bzw. CHF 92 Millionen resultierten. Die verbuchten Bruttoprämien, Policengebühren und erhaltenen Einlagen über alle Segmente konnten von CHF 18,5 Milliarden auf CHF 20,2 Milliarden gesteigert werden.

VERSICHERUNGSGESCHÄFT SCHWEIZ – Swiss Life in der Schweiz weist für das Jahr 2009 mit CHF 467 Millionen ein gutes Segmentergebnis aus. Das Finanzergebnis des Schweizer Geschäfts hat sich stark erholt und lag bei CHF 2,7 Milliarden. Bei den direkten Kapitalerträgen musste Swiss Life als Folge von tieferen Hedge-Funds-Ausschüttungen und niedrigeren Dividendenerträgen aus Aktien zwar einen leichten Rückgang hinnehmen. Die Kapitalgewinne hingegen entwickelten sich erfreulich und haben im Unterschied zum Vorjahr, als Wertberichtigungen auf Aktien und Hedge Funds notwendig waren, mit CHF 73 Millionen wieder positiv zum Finanzergebnis beigetragen.

Der Betriebsaufwand erhöhte sich um 20% auf CHF 860 Millionen. Dies ist jedoch nicht charakteristisch für den aktuellen Kostenverlauf, da im Vorjahr eine Nettoaktivierung von Abschlusskosten enthalten war. Das Geschäftsjahr 2009 ist ausserdem im Zusammenhang mit den laufenden Effizienzprogrammen mit erheblichen Restrukturierungskosten von über CHF 63 Millionen belastet. Operativ konnten die Verwaltungskosten um 14% gesenkt werden. Die Effizienzsteigerung kam durch Pro-

zessoptimierung und eine Projektportfolioreduktion zustande.

Die Prämien im Schweizer Lebensversicherungsmarkt sanken nach Angaben des Schweizerischen Versicherungsverbandes (SVV) um 1,9% auf CHF 27,9 Milliarden. In der Kollektivversicherung nahmen die Prämien 3,6% ab, in der Einzelversicherung 2,4% zu. Das Prämienvolumen von Swiss Life konnte mit CHF 7,5 Milliarden auf hohem Niveau gehalten werden. 77% der Prämien stammen aus der beruflichen Vorsorge. Die Prämien in der Kollektivversicherung nahmen gegenüber dem Vorjahr nach Korrektur eines Einmaleffektes um 3,4% ab. Dadurch reduzierte sich der Marktanteil von Swiss Life auf 29,6%. In der Einzelversicherung stiegen die Prämien um 2,0%; der Marktanteil betrug dort 19,4%.

In der Berichtsperiode konnte der Vertrieb von Produkten über AWD, gemessen am Produktionsvolumen, markant auf CHF 112 Millionen gesteigert werden.

Die Versicherungsleistungen inklusive Veränderung der versicherungstechnischen Rückstellungen reduzierten sich um 2% auf CHF 7,9 Milliarden. Diese Entwicklung ist hauptsächlich auf die Reduktion des BVG-Mindestzinsatzes von 2,75 auf 2% und auf die tieferen Spareinlagen zurückzuführen. Aufgrund des wesentlich besseren Finanzergebnisses konnte die Zuweisung an die Überschussreserven stark erhöht werden.

Für die trotz Prämienrückgang starke Ergebnisverbesserung war neben der Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit das fokussierte Streben nach ausgeprägter Kundenorientierung ausschlaggebend.

Swiss Life überzeugte mit den im Jahr 2009 eingeführten Produkten. Im vierten Quartal lancierte das Unterneh-

men Swiss Life Champion Invest, eine fondsgebundene Kapitalversicherung, Swiss Life Protection, eine Todesfall- und/oder Erwerbsunfähigkeitsversicherung mit individuellem Risikotarif, und Swiss Life Active Win, eine Erlebensfallversicherung, kombiniert mit einer Termingeldanlage. Ferner steht seit dem zweiten Quartal das Produkt Swiss Life Champion Duo ohne garantiertes Todesfallkapital im Angebot. Im Kollektivlebensgeschäft deckt Swiss Life das Bedürfnis nach einem breiteren und flexibleren Produktsortiment mit kostengünstigen Standardprodukten und massgeschneiderten Vorsorgelösungen ab. Des Weiteren wurde für den autonomen und teilautonomen Pensionskassenmarkt das Kompetenzzentrum Swiss Life Pension Services weiter ausgebaut.

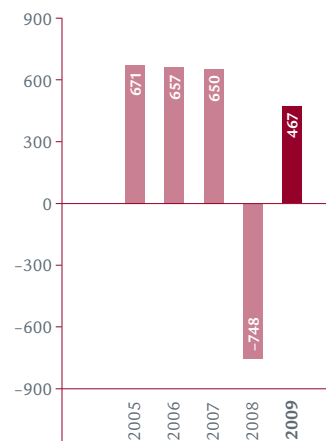
Dem angepassten Sortiment entsprechend, ist die Organisation sowohl im Innen- als auch im Aussendienst neu ausgerichtet worden. Zudem stärken nun Verkaufsleiter den Aussendienst. Die ehemals 58 Generalagenturen sind auf 42 in den wichtigsten Verkaufsregionen reduziert und mit Standortinvestitionen versehen worden. Die engere Brokerbetreuung und die Konzentration auf eine effektive Vertriebskraft führten im Rahmen der Multikanalstrategie zu einem signifikant höheren Brokervolumen (inkl. AWD).

Für das Jahr 2010 plant Swiss Life die Einführung von weiteren modernen Vorsorgelösungen mit wählbaren

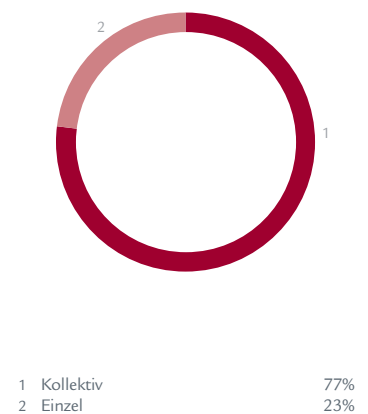
Garantien und Risikoprodukten, die weniger Kapital binden und tiefere Kosten verursachen. Die Beratung erfolgt themenorientiert, das Angebot von Dienstleistungen im Bereich der Anlage- und Pensionskassenberatung wird

Segmentergebnis
Versicherungsgeschäft Schweiz

Mio. CHF



Prämien Schweiz nach
Versicherungsart



erweitert, und eine neue teilautonome Standardlösung für Sammelstiftungen wird angeboten. Die Umsetzung der auf das Jahr 2012 ausgerichteten Massnahmen zur Effizienzsteigerung ist auf Zielkurs, was zu einer weiteren Senkung der Verwaltungskosten führen wird.

KENNZAHLEN VERSICHERUNGSGESCHÄFT SCHWEIZ

Beträge in Mio. CHF

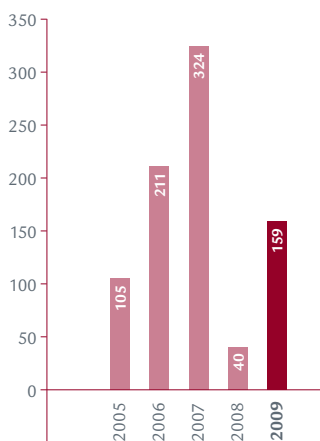
	2009	2008	+/-
VERBUCHTE BRUTTOPRÄMIEN, POLICENGEBÜHREN UND ERHALTENE EINLAGEN	7 518	8 172	-8.0%
Verdiente Nettoprämien und verdiente Policengebühren (netto)	7 288	7 963	-8.5%
Ertrag aus Gebühren, Kommissionen und Provisionen	31	49	-36.7%
Finanzergebnis	2 704	-25	n. a.
Übriger Ertrag	103	292	-64.7%
TOTAL ERTRAG	10 126	8 279	22.3%
Versicherungsleistungen und Schadenfälle (netto)	-7 887	-8 059	-2.1%
Überschussbeteiligung der Versicherungsnehmer	-806	-112	n. a.
Zinsaufwand	-106	-141	-24.8%
Betriebsaufwand	-860	-715	20.3%
TOTAL AUFWAND	-9 659	-9 027	7.0%
SEGMENTERGEBNIS	467	-748	n. a.
Kontrollierte Vermögen	73 841	70 365	4.9%
Versicherungstechnische Rückstellungen	65 406	64 462	1.5%
Anzahl Mitarbeitende (Vollzeitstellen)	2 489	2 743	-9.3%

VERSICHERUNGSGESCHÄFT FRANKREICH – In Frankreich erzielte Swiss Life ein Segmentergebnis von CHF 159 Millionen. Die Entwicklung ist auf das deutlich bessere Finanzergebnis von CHF 983 Millionen zurück-

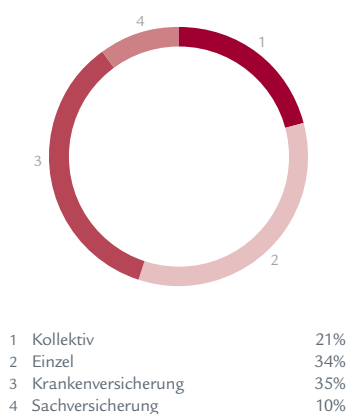
zuführen. Der französische Versicherungsmarkt verzeichnete einen Gesamtanstieg von 9%, davon 11% beim Spar- und Rentengeschäft, 4% im Bereich Kranken- und Erwerbsunfähigkeitsversicherung und 1% im Sachversicherungsgeschäft. Swiss Life in Frankreich erzielte ein Prämienvolumen von CHF 5,3 Milliarden, was einem Anstieg von 5% in lokaler Währung entspricht (nach Anpassung von CHF 476 Millionen aufgrund einer im 2008 eingegangenen und beendeten Partnerschaft). Das Spar- und Rentengeschäft verbesserte sich um 5% (11% in lokaler Währung); die Prämieinnahmen aus fondsgebundenen Versicherungen lagen weiterhin über dem Marktdurchschnitt. Die Prämieinnahmen in der Kranken- und Erwerbsunfähigkeitsversicherung gingen um 3% zurück (+3% in lokaler Währung). Der Anstieg in lokaler Währung wird hauptsächlich durch die Dynamik der eigenen Vertriebsorganisation sowie die Makler unterstützt, während die Partnernetzwerke einen Rückgang verzeichneten. Das Sachversicherungsgeschäft blieb im Bereich der Prämieinnahmen stabil.

Segmentergebnis
Versicherungsgeschäft Frankreich

Mio. CHF



Prämien Frankreich nach
Versicherungsart



zuführen. Der französische Versicherungsmarkt verzeichnete einen Gesamtanstieg von 9%, davon 11% beim Spar- und Rentengeschäft, 4% im Bereich Kranken- und Erwerbsunfähigkeitsversicherung und 1% im Sachversicherungsgeschäft.

Dem Unternehmen ist es 2009 gelungen, in seinen Haupttätigkeiten stabile technische Margen beizubehalten. Parallel zur Entwicklung der Prämieinnahmen verbesserte sich der Betriebskostensatz insbesondere aufgrund einer Effizienzsteigerung. Die Prozesse zur Verbesserung der Effizienz werden 2010 fortgeführt. Swiss Life möchte sich insbesondere durch den Ausbau des Mehrkanalvertriebs weiterhin als führend in der Private Life Insurance sowie in der Kranken-, Todesfall- und Erwerbsunfähigkeitsversicherung profilieren.

KENNZAHLEN VERSICHERUNGSGESCHÄFT FRANKREICH

Beträge in Mio. CHF

	2009	2008	+/-
VERBUCHTE BRUTTOPRÄMIEN, POLICENGEBÜHREN UND ERHALTENE EINLAGEN	5 297	5 763	-8.1%
Verdiente Nettoprämien und verdiente Policengebühren (netto)	2 952	3 618	-18.4%
Ertrag aus Gebühren, Kommissionen und Provisionen	77	66	16.7%
Finanzergebnis	983	57	n. a.
Übriger Ertrag	26	16	62.5%
TOTAL ERTRAG	4 038	3 757	7.5%
Versicherungsleistungen und Schadenfälle (netto)	-2 135	-2 804	-23.9%
Überschussbeteiligung der Versicherungsnehmer	-407	472	n. a.
Zinsaufwand	-206	-219	-5.9%
Betriebsaufwand	-1 131	-1 166	-3.0%
TOTAL AUFWAND	-3 879	-3 717	4.4%
SEGMENTERGEBNIS	159	40	n. a.
Kontrollierte Vermögen	29 127	25 399	14.7%
Versicherungstechnische Rückstellungen	23 003	20 716	11.0%
Anzahl Mitarbeitende (Vollzeitstellen)	2 194	2 241	-2.1%

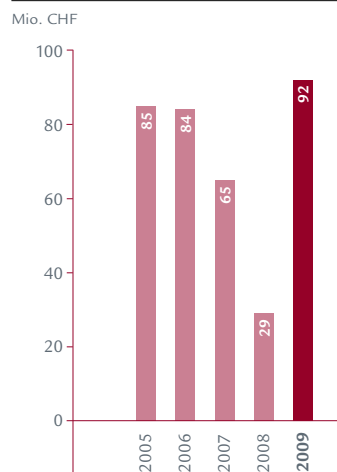
VERSICHERUNGSGESCHÄFT DEUTSCHLAND – Im Berichtsjahr erzielte Swiss Life in Deutschland ein Segmentergebnis von CHF 92 Millionen. Dies entspricht einer Zunahme von CHF 63 Millionen gegenüber dem Vorjahr, das durch die Finanzmarktkrise geprägt war.

Der deutsche Lebensversicherungsmarkt verzeichnete im Jahr 2009 einen Anstieg von 7%. Swiss Life erzielte ein Prämienvolumen von CHF 2,2 Milliarden, was einem Anstieg von 10% (15% in lokaler Währung) entspricht. Wachstumstreiber waren die mehrfach ausgezeichnete Berufsunfähigkeits-Zusatzversicherung sowie das Kapitalisierungsprodukt Swiss Life Cash Growth. Die Versicherungsleistungen und die Überschussbeteiligung fielen im Jahr 2009 höher aus. Die Zunahme von 9% gegenüber dem Vorjahr ist vor allem auf den Anstieg der Überschussbeteiligung auf CHF 305 Millionen zurückzuführen. Die operativen Kosten stiegen um 3%, und die Neugeschäftsprämien konnten um 110% auf CHF 686 Millionen gesteigert werden. Die Einnahmen aus dem Neugeschäft mit periodischen Prämien erhöhten sich entgegen dem Markttrend um 5% auf CHF 155 Millionen.

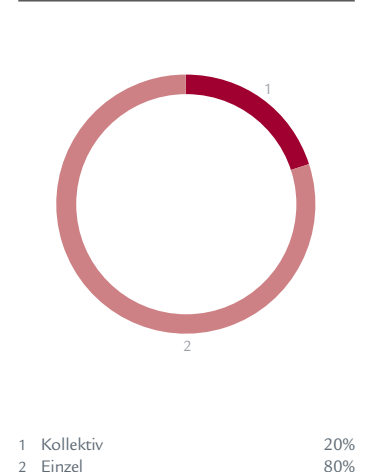
In der Berichtsperiode konnte der Vertrieb von Produkten über AWD, gemessen am Produktionsvolumen, um 107% auf CHF 574 Millionen gesteigert werden.

Im Jahr 2010 wird Swiss Life ihr Vertriebswegemodell weiter ausbauen. Mit einem neuen Betreuungskonzept für Banken will Swiss Life neues Marktpotenzial und neue Zielgruppen unter anderem für das attraktive Einmalein-

Segmentergebnis Versicherungsgeschäft Deutschland



Prämien Deutschland nach Versicherungsart



lagengeschäft erschliessen. Swiss Life setzt weiterhin auf ihre traditionelle Stärke im Wachstumssegment Makler und Mehrfachagenten sowie auf unabhängige Finanzdienstleister.

KENNZAHLEN VERSICHERUNGSGESCHÄFT DEUTSCHLAND

Beträge in Mio. CHF

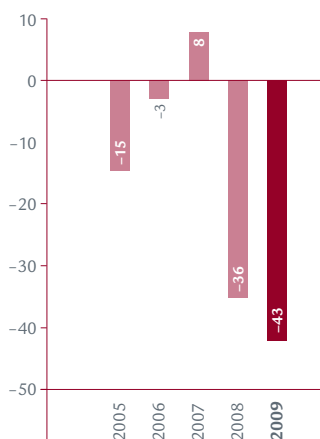
	2009	2008	+/-
VERBUCHTE BRUTTOPRÄMIEN, POLICENGEBÜHREN UND ERHALTENE EINLAGEN	2 169	1 977	9.7%
Verdiente Nettoprämien und verdiente Policengebühren (netto)	1 753	1 819	-3.6%
Ertrag aus Gebühren, Kommissionen und Provisionen	24	27	-11.1%
Finanzergebnis	862	552	56.2%
Übriger Ertrag	26	17	52.9%
TOTAL ERTRAG	2 665	2 415	10.4%
Leistungen und Schadenfälle (netto)	-1 829	-2 030	-9.9%
Überschussbeteiligung der Versicherungsnehmer	-305	69	n. a.
Zinsaufwand	-21	-19	10.5%
Betriebsaufwand	-418	-406	3.0%
TOTAL AUFWAND	-2 573	-2 386	7.8%
SEGMENTERGEBNIS	92	29	n. a.
Kontrollierte Vermögen	19 930	18 873	5.6%
Versicherungstechnische Rückstellungen	19 924	19 098	4.3%
Anzahl Mitarbeitende (Vollzeitstellen)	747	750	-0.4%

VERSICHERUNGSGESCHÄFT ÜBRIGE – Das Segment Versicherungsgeschäft Übrige umfasst die Bereiche Private Placement Life Insurance (PPLI), Corporate Solutions, Swiss Life Products (Luxembourg) S.A. und Payment Pro-

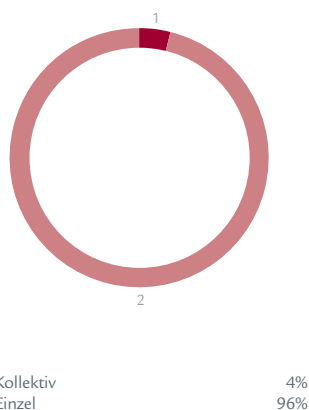
mien, Policengebühren und erhaltenen Einlagen konnten gegenüber dem Jahr 2008 auf CHF 5,3 Milliarden beinahe verdoppelt werden. Nachfolgend werden die beiden grössten Einheiten vorgestellt.

Segmentergebnis
Versicherungsgeschäft Übrige

Mio. CHF



Prämien Übrige nach
Versicherungsart



tection Insurance (PPI). Der Segmentverlust betrug im Berichtsjahr CHF 43 Millionen aufgrund der Investitionen in neue Geschäftsfelder. Die verbuchten Bruttoprä-

Der Bereich PPLI mit Standorten in Liechtenstein, Luxemburg, Singapur, Dubai und der Schweiz ist auf Lebensversicherungen für eine vermögende Privatkundschaft spezialisiert. Im Jahr 2009 konnte er mit einem Bruttoprämienvolumen von CHF 5 Milliarden ein hervorragendes Resultat erzielen. Der Erfolg ist auf die Erholung der Märkte, den einzigartigen globalen Ansatz und das internationale Verkaufsteam zurückzuführen, das sich inzwischen etabliert hat. Mit weiterem Wachstum und striktem Kostenmanagement soll im Jahr 2010 die Gewinnzone erreicht werden.

Corporate Solutions konzentriert sich auf globale Vorsorgelösungen für multinationale Unternehmen weltweit. Im Jahr 2009 wurden die Profitabilitäts- und Volumenziele dank Verstärkung der Kundenbeziehungen erreicht. Die Neuprämienproduktion stieg um 30%. Die globale Marktführerschaft als Anbieter von umfassenden Personalvorsorgelösungen wurde bestätigt. Im Jahr 2010 soll in einem anspruchsvollen Marktumfeld mit attraktiven Lösungen für die aktuellen Kundenbedürfnisse das Wachstum mit positiven Resultaten fortgesetzt werden.

KENNZAHLEN VERSICHERUNGSGESCHÄFT ÜBRIGE

Beträge in Mio. CHF

	2009	2008	+/-
VERBUCHTE BRUTTOPRÄMIEN, POLICENGEBÜHREN UND ERHALTENE EINLAGEN	5 263	2 639	99.4%
Verdiente Nettoprämien und verdiente Policengebühren (netto)	142	116	22.4%
Ertrag aus Gebühren, Kommissionen und Provisionen	1	1	0.0%
Finanzergebnis	40	22	81.8%
Übriger Ertrag	4	-4	n. a.
TOTAL ERTRAG	187	135	38.5%
Versicherungsleistungen und Schadenfälle (netto)	-33	-20	65.0%
Überschussbeteiligung der Versicherungsnehmer	-21	-1	n. a.
Zinsaufwand	-19	-17	11.8%
Betriebsaufwand	-157	-133	18.0%
TOTAL AUFWAND	-230	-171	34.5%
SEGMENTERGEBNIS	-43	-36	19.4%
Kontrollierte Vermögen	14 612	9 297	57.2%
Versicherungstechnische Rückstellungen	14 379	9 101	58.0%
Anzahl Mitarbeitende (Vollzeitstellen)	250	192	30.2%

AWD – Für das Jahr 2009 resultiert für das Segment AWD ein Verlust von CHF 92 Millionen gegenüber CHF 41 Millionen im Vorjahr. Neben Einmal- und Restrukturierungsaufwendungen ist darin auch der Aufwand für die Amortisation des bei der Übernahme aktivierten Vermögenswerts für die Kundenbeziehungen enthalten. AWD ist seit März 2008 Teil der Berichterstattung der Swiss Life-Gruppe. Demzufolge beinhalten die Vorjahreszahlen die Umsatzerlöse und Kosten von lediglich neun Monaten und sind daher nur beschränkt vergleichbar.

Im Berichtsjahr 2009 erzielte AWD einen Umsatz von EUR 528,7 Millionen, was einem Rückgang um 17% entspricht. Der Umsatz mit fondsgebundenen Produkten ging um 20% zurück, und die Investmentfonds wiesen einen Rückgang um 36% gegenüber dem Vorjahr aus. Einen Umsatzanstieg um 10% im Vergleich zum Vorjahr erzielte AWD mit Lebensversicherungs- und Vorsorgeprodukten. In der privaten Krankenversicherung verbesserte AWD den Umsatz um 11%, bei den Sach- und Unfallversicherungen um 21%.

Erste Erfolge aus Restrukturierungsmassnahmen trugen dazu bei, dass AWD wieder ein positives Betriebsergebnis von EUR 12,6 Millionen erwirtschaftete. Insgesamt EUR 53,7 Millionen an Einmal- und Restrukturierungsaufwendungen fielen im Jahr 2009 im Rahmen der Neuausrichtung an. Der EBIT lag bei EUR –41,1 Millionen (2008: EUR 19,7 Millionen). Ziel der Restrukturierungsmassnahmen ist es, AWD ab dem Jahr 2010 wieder auf einen stabilen und profitablen Wachstumspfad zu bringen.

Im Kernmarkt Deutschland nahm AWD die Zusammenlegung der Backoffices von Horbach und der AWD Deutschland GmbH sowie die Redimensionierung der Holding vor. In Grossbritannien stellten verschärfte Anforderungen der «Retail Distribution Review»-Direktive grosse Herausforderungen an das Management. Die Umsetzung der regulatorischen Erfordernisse sowie die Verschlechterung des Konjunkturmehrfeldes waren die Hauptgründe für die im November 2008 beschlossene Neuausrichtung von AWD Grossbritannien und die damit verbundene Veräusserung von Geschäftseinheiten. Der Restrukturierungsprozess in Grossbritannien wurde im Jahr 2009 abgeschlossen; die Region ist wieder profitabel. In der Region Österreich wurde das Geschäftsmodell neu ausgerichtet. Das grosse mediale Interesse an Prozessen um die vergangene Vermittlung von Immobilienaktien erschwerte hier das Geschäft. In Rumänien und Kroatien hat AWD den Rückzug beschlossen, da die kritische Grösse nicht erreicht wurde. Die verbleibenden Märkte in der Region CEE sind für AWD weiterhin eine Wachstumsregion; Profitabilität bleibt hier auch in Zukunft Massstab für die weitere Entwicklung.

Ende 2009 hatte die AWD Gruppe 5726 voll ausgebildete und registrierte Finanzberater sowie 2902 Berater in Ausbildung unter Vertrag. Durch den Rückzug aus Rumänien und Kroatien reduzierte sich die Anzahl der Berater zum Jahreswechsel um 384 Personen auf 5342. Im Berichtsjahr wurden 267 777 Kunden erneut beraten – eine Steigerung um 8% –, und 173 866 Neukunden konnten gewonnen werden (inkl. Rumänien und Kroatien).

KENNZAHLEN AWD

Beträge in Mio. CHF

	2009	2008	+/-
Ertrag aus Gebühren, Kommissionen und Provisionen	789	750	5.2%
Finanzergebnis	0	2	n. a.
Übriger Ertrag	15	15	0.0%
TOTAL ERTRAG	804	767	4.8%
Zinsaufwand	-4	0	n. a.
Betriebsaufwand	-892	-808	10.4%
SEGMENTERGEBNIS	-92	-41	n. a.
Anzahl Mitarbeitende (Vollzeitstellen)	1 554	1 749	-11.1%
Finanzberater ¹	5 342	5 937	-10.0%
Beratene Kunden ¹	436 380	423 188	3.1%

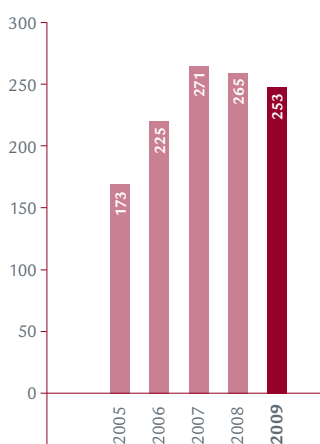
¹ ohne Rumänien und Kroatien

INVESTMENT MANAGEMENT – Das Segment Investment Management umfasst die gruppenweiten Aktivitäten in der institutionellen Vermögensverwaltung. Das Ergebnis von CHF 77 Millionen liegt um CHF 17 Millio-

arden auf über CHF 116 Milliarden. Die Anlagen aus Versicherungen erhöhten sich um CHF 4 Milliarden auf über CHF 106 Milliarden. Die in Anlagefonds und Mandate von Drittkunden investierten Vermögen stiegen auf rund CHF 10 Milliarden. Der im Vorjahr erlittene Rückgang des Bestandes an verwalteten Vermögen konnte im Berichtsjahr weitgehend kompensiert werden. Der Aufwand bewegte sich trotz weiteren substanziellen Kosteneinsparungen auf Vorjahresniveau, weil grössere Investitionen in eine moderne Infrastruktur angefallen sind.

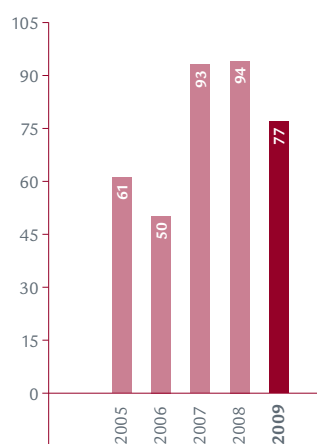
Ertrag aus Vermögensverwaltung
und übriger Kommissionsertrag
Investment Management

Mio. CHF



Segmentergebnis
Investment Management

Mio. CHF



nen unter dem Vorjahr. Dies ist mehrheitlich auf tiefere Erträge aus dem Vermögensverwaltungsgeschäft zurückzuführen. Die verwalteten Vermögen wuchsen dank Neuzugang und positiver Wertentwicklung um CHF 5 Milli-

In der Berichtsperiode wurden Massnahmen zur weiteren Effizienzsteigerung umgesetzt. Dazu gehören die Auslagerung der Verwaltung des Schweizer Hypothekengeschäfts, die zentrale Führung des gruppenweiten Geschäfts mit Drittkunden sowie die Vertiefung der Zusammenarbeit mit den Versicherungseinheiten bei der Produktentwicklung und dem Vertrieb. Ein erfolgreiches Beispiel dafür ist die die Anlagestiftung Swiss Life in der Schweiz, die mit grossem Erfolg die Möglichkeit bietet, Anlagen in Immobilien zu tätigen.

Anfang 2010 konnte die neu entwickelte Applikation zur Vermögensverwaltung in der Schweiz in Betrieb genommen werden. Im Rahmen von MILESTONE stehen für das laufende Jahr der weitere Ausbau und die Optimierung der damit verbundenen Prozesse im Vordergrund. Aber auch der Ausbau des Geschäfts mit Drittkunden wird weiter vorangetrieben.

KENNZAHLEN INVESTMENT MANAGEMENT

Beträge in Mio. CHF

	2009	2008	+/-
Ertrag aus Gebühren, Kommissionen und Provisionen	253	265	-4.5%
Finanzergebnis	3	4	-25.0%
Übriger Ertrag	1	4	-75.0%
TOTAL ERTRAG	257	273	-5.9%
Zinsaufwand	0	0	0.0%
Betriebsaufwand	-180	-179	0.6%
SEGMENTERGEBNIS	77	94	-18.1%
Verwaltete Vermögen ¹	116 411	111 519	4.4%
Anzahl Mitarbeitende (Vollzeitstellen)	582	613	-5.1%

¹ inkl. Vermögenswerten innerhalb der Gruppe