

Jahresergebnis 2010 Medienpräsentation

Zürich, 2. März 2011

Agenda

→ Übersicht

Ergebnisse und
MILESTONE-Update

Wrap-Up

Bruno Pfister

Thomas Buess

Bruno Pfister

Kennzahlen weiter verbessert – MILESTONE zahlt sich aus

- Reingewinn von CHF 277 Mio. auf CHF 560 Mio. mehr als verdoppelt
- Prämienwachstum währungsbereinigt von 4% erzielt
- Nettoanlagerendite von 3,9% auf 4,1% erhöht
- EBIT von AWD deutlich von EUR -41 Mio. auf EUR 49 Mio. gesteigert
- MILESTONE ist auf Kurs:
 - Anteil moderner Vorsorgelösungen und Risikoprodukte im Neugeschäft von 64% auf 69% erhöht
 - Neugeschäftsmarge von 0,9% auf 1,4% verbessert und Wert des Neugeschäfts von CHF 123 Mio. auf CHF 209 Mio. gesteigert
 - Operative Kosten weiter gesenkt um CHF 121 Mio. bzw. 8%
 - Mehr als 80% der Gewinnsteigerung sind auf operative Fortschritte zurückzuführen

Kennzahlen

2010 vs. 2009

Reingewinn	➔	CHF 560 Mio.	+102%
Betriebsgewinn	➔	CHF 694 Mio.	+23%
Neugeschäftsmarge (in % des PVNBP)	➔	1,4%	+0,5 Ppkt.
Prämienvolumen	➔	CHF 20,2 Mrd.	+4% ¹⁾
Eigenkapital (vor Minderheitsanteilen)	➔	CHF 7,4 Mrd.	+3%
Eigenkapitalrendite	➔	7,6%	+3,6 Ppkt.
Gruppensolvabilität	➔	172%	+8 Ppkt.
Dividende (Vorschlag)	➔	CHF 4.50	+88%

1) In lokaler Währung

Agenda

Übersicht

Bruno Pfister

→ **Ergebnisse und
MILESTONE-Update**

Thomas Buess

Wrap-Up

Bruno Pfister

Erfolgsrechnung

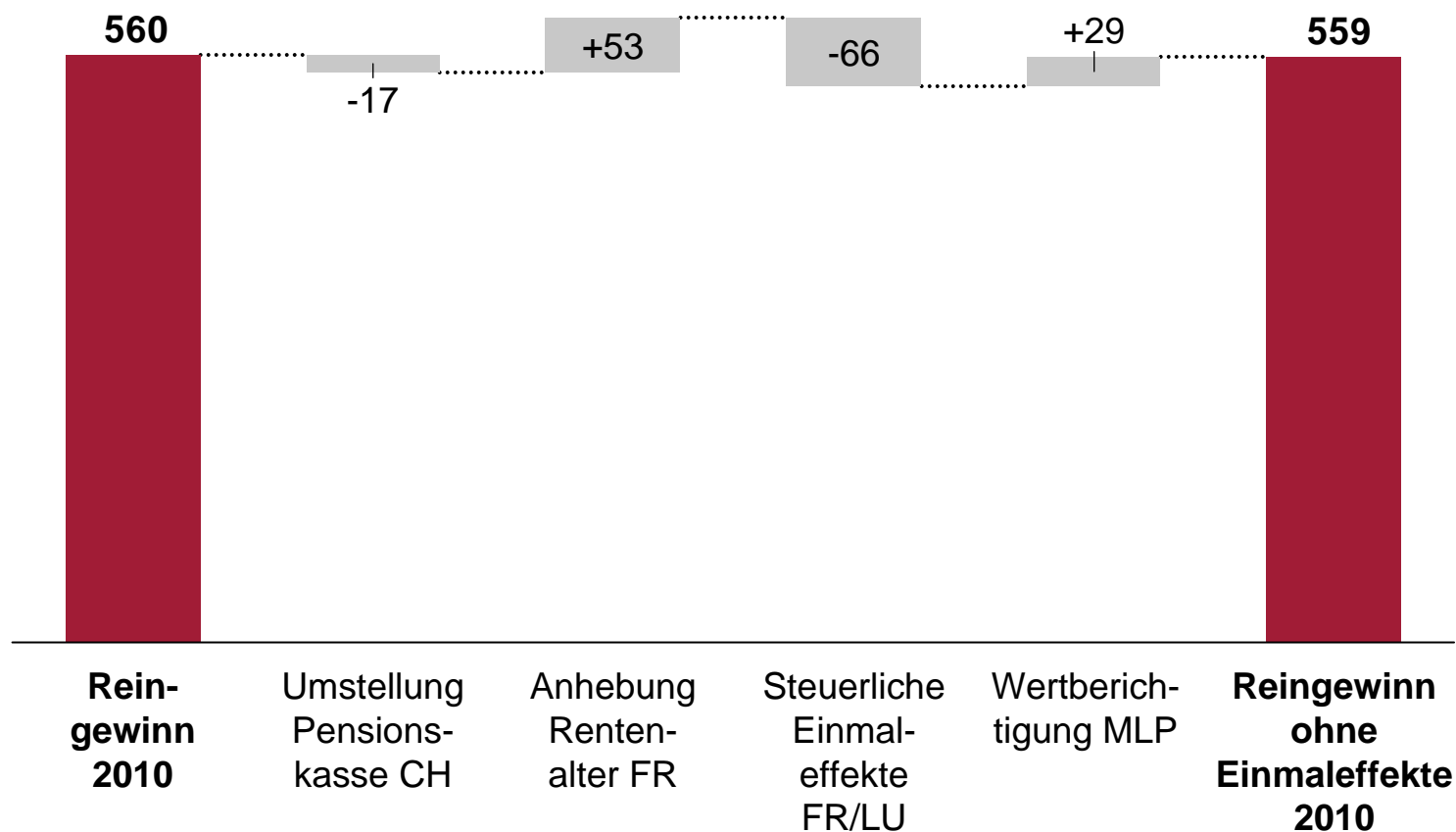
Mio. CHF (Basis: IFRS)

Fortgeführtes Geschäft	FY 2009	FY 2010
Verbuchte Bruttoprämien, Policengeb. und erh. Einlagen	20 219	20 191
Kommissionserträge	934	922
Finanzergebnis auf eigenes Risiko	4 570	4 338
<i>Nettokapitalerträge Versicherungsportfolio eigenes Risiko</i>	<i>4 337</i>	<i>4 566</i>
Versicherungsleistungen und Schadenfälle (netto)	-11 884	-12 704
Überschussbeteiligung der Versicherungsnehmer	-1 539	-1 073
Betriebsaufwand	-3 478	-3 062
Betriebsgewinn	562	694
Fremdkapitalkosten	-141	-104
Ergebnisanteile an assoziierten Unternehmen	6	6
Ertragssteueraufwand	-103	-36
Reingewinn aus fortgeführtem Geschäft	324	560
Ergebnis aus nicht fortgeführtem Geschäft	-47	-
Reingewinn	277	560
Ergebnis je Aktie (in CHF) ¹⁾	8.83	17.37

1) Verwässert, auf Basis von 31 706 425 Aktien 2009 und 32 075 409 Aktien 2010

Bedeutende Einmaleffekte 2010

Mio. CHF¹⁾ (Basis: IFRS)



1) Nach Überschussbeteiligung der Versicherungsnehmer und Steuern

Versicherungsgeschäft Schweiz

Mio. CHF (Basis: IFRS; MCEV)

	2009	2010	Veränderung	
Verbuchte Bruttoprämien, Policengebühren und erhaltene Einlagen	7 518	7 631	+2%	<ul style="list-style-type: none"> ▪ KV: +4%, leicht unter dem Markt, höhere PP und EP dank starkem Neugeschäft und weniger Kündigungen ▪ EV: -7%, unter dem Markt, Fokus auf Margen
Operative Kosten ¹⁾	-464	-426	-8%	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kostensenkungsinitiativen
Segmentergebnis	467	488	+4%	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kostensenkung, gutes Anlageergebnis, stabiles Risikoergebnis
Neugeschäftsvolumen (PVNBP ²⁾)	3 396	3 819	+12%	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Starker Anstieg aufgrund der übernommenen Rückversicherung
Neugeschäftsmarge (in % des PVNBP)	0,3%	0,8%	+0,5 Ppkt.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Margenmanagement gleicht ökonomische Effekte aus, positive Auswirkung der übernommenen Rückversicherung
MCEV	1 513	2 212	+46%	<ul style="list-style-type: none"> ▪ MILESTONE und bessere biometrische Erfahrungswerte

1) Ohne nicht zugeordnete Konzernkosten

2) Present value of new business premiums (Barwert der Prämien des Neugeschäfts)

Versicherungsgeschäft Frankreich

Mio. EUR (Basis: IFRS; MCEV)

	2009	2010	Veränderung	
Verbuchte Bruttoprämien, Policengebühren und erhaltene Einlagen	3 507	3 838	+9%	<ul style="list-style-type: none"> Leben-Geschäft: +17% (Markt: +4%), Krankenversicherung: +3%, leicht unter dem Markt Anteil Unit Linked: 22% (Markt: 13%)
Operative Kosten ¹⁾	-269	-267	-1%	<ul style="list-style-type: none"> Leicht tiefere Kosten trotz Wachstum
Segmentergebnis	106	59	-44%	<ul style="list-style-type: none"> +10% ohne Einmaleffekt aufgrund der gesetzlichen Anpassung des Rentenalters
Neugeschäftsvolumen (PVNBP)	3 135	3 876	+24%	<ul style="list-style-type: none"> Höhere EP im Leben-Geschäft, neue Krankenversicherungs- und Risikoprodukte erfolgreich lanciert
Neugeschäftsmarge (in % des PVNBP)	0,9%	1,7%	+0,8 Ppkt.	<ul style="list-style-type: none"> Höheres Volumen, verbesserter Produktmix, tiefere Überschussbeteiligung der Versicherungsnehmer
MCEV	1 298	1 505	+16%	<ul style="list-style-type: none"> Schwieriges ökonomisches Umfeld durch MILESTONE mehr als kompensiert

1) Ohne nicht zugeordnete Konzernkosten

Versicherungsgeschäft Deutschland

Mio. EUR (Basis: IFRS; MCEV)

	2009	2010	Veränderung	
Verbuchte Bruttoprämien, Policengebühren und erhaltene Einlagen	1 436	1 499	+4%	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Berufsunfähigkeitsprodukte und sofort beginnende Rentenversicherungen ▪ PP +2%, über dem Markt
Operative Kosten ¹⁾	-114	-107	-6%	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kostensenkungsinitiativen
Segmentergebnis	61	74	+21%	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Deutlich verbessertes Finanzergebnis durch Verlängerung der Duration
Neugeschäftsvolumen (PVNBP)	1 069	1 368	+28%	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Berufsunfähigkeitsprodukte und sofort beginnende Rentenversicherungen
Neugeschäftsmarge (in % des PVNBP)	1,3%	2,4%	+1,1 Ppkt.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aufgrund Wachstum primär bei Risikoprodukten ▪ Anpassung der Überschussbeteiligung
MCEV	339	486	+43%	<ul style="list-style-type: none"> ▪ MILESTONE und bessere biometrische Erfahrungswerte

1) Ohne nicht zugeordnete Konzernkosten

Versicherungsgeschäft Übrige¹⁾

Mio. CHF (Basis: IFRS; MCEV)

	2009	2010	Veränderung
Verbuchte Bruttoprämien, Policengebühren und erhaltene Einlagen	5 263	5 206	-1% ■ In Lokalwährungen +4%, primär dank PPLI
Operative Kosten ²⁾	-99	-95	-4% ■ Nettoeffekt der Kostensenkungsinitiativen und laufenden Investitionen
Segmentergebnis	-43	-35	+19% ■ PPLI und CS profitabel
Neugeschäftsvolumen (PVNBP ³⁾)	4 755	4 242	-11% ■ Volumenwachstum in Lokalwährungen, negative Wechselkurseffekte
Neugeschäftsmarge ³⁾ (in % des PVNBP)	1,0%	1,3%	+0,3 Ppkt. ■ Kontinuierliches Margenmanagement
MCEV ³⁾	190	262	+38% ■ Aufgrund Wert des Neugeschäfts

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

2) Ohne nicht zugeordnete Konzernkosten, währungsbereinigt

3) Nur PPLI und CS

Investment Management

Mio. CHF (Basis: IFRS)

	2009	2010	Veränderung
Gesamtertrag	257	269	+5% <ul style="list-style-type: none"> Zunahme der Insurance Assets, Mandate von Drittkunden und Vermögensverwaltung
Operative Kosten ¹⁾	-156	-136	-13% <ul style="list-style-type: none"> Tiefere Projektkosten und gesteigerte Effizienz durch neue Vermögensverwaltungsapplikation
Segmentergebnis	77	103	+34% <ul style="list-style-type: none"> Besseres Kosten-Ertrags-Verhältnis
Verwaltete Vermögen	116 411	119 571	+3% <ul style="list-style-type: none"> Nettozuflüsse und bessere Bewertung aufgrund tieferer Zinsen und geringerer Kreditspannen, teilweise neutralisiert durch schwachen Euro
– davon PAM	106 535	109 713	+3%
– davon TPAM	9 876	9 858	-0% <ul style="list-style-type: none"> Nettozuflüsse von CHF 1,2 Mrd. durch schwachen Euro neutralisiert
Durchschnittlich verwaltete Vermögen	113 965	117 991	+4%

1) Ohne nicht zugeordnete Konzernkosten

AWD

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

	2009	2010	Veränderung
Umsatzerlöse	528,7	547,0	+4%
Deutschland	344,2	351,6	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verbesserte Produktkonditionen und Produktmix führen zu höheren Provisionsumsätzen
Österreich & CEE	68,4	74,8	
UK	43,0	46,6	
Schweiz	73,1	74,0	
EBIT	-41,1	49,1	
Deutschland	28,8	58,4	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vertriebs- und Fixkosten stark reduziert ▪ 2009: Einmal- und Restrukturierungsaufwendungen von EUR 53,7 Mio.
Österreich & CEE	-42,3	-4,5	
UK	1,2	6,3	
Schweiz	6,2	7,8	
Holding	-35,0	-18,9	
EBIT-Marge in %	-7,8	9,0	+16,8 Ppkt.
Finanzberater¹⁾	5 342	5 292	-1%
			<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fokus auf weiter verbesserte Beratungsqualität

1) Ohne Rumänien und Kroatien

Kostenentwicklung

Mio. CHF (Basis: IFRS)

	2009	2010	Veränderung
Total Betriebsaufwand	3 478	3 062	-12% / -416
Provisionen und Veränderung der aktivierten Abschlusskosten (angepasst) ¹⁾	-1 666	-1 600	
Betriebsaufwand (nicht währungsbereinigt)	1 812	1 462	-19% / -350
Restrukturierungskosten und Einmaleffekte	-128	-20	
Umstellung Pensionskasse CH		39	
Währungseffekt	-82		
Operative Kosten	1 602	1 481	-8% / -121

Die Kosteneinsparungen seit 2008 belaufen sich per Ende 2010 insgesamt auf CHF 311 Millionen.

1) Anpassung von CHF 68 Mio. im Jahr 2009 aufgrund einer Umgliederung von Fixkosten

Anlageergebnis

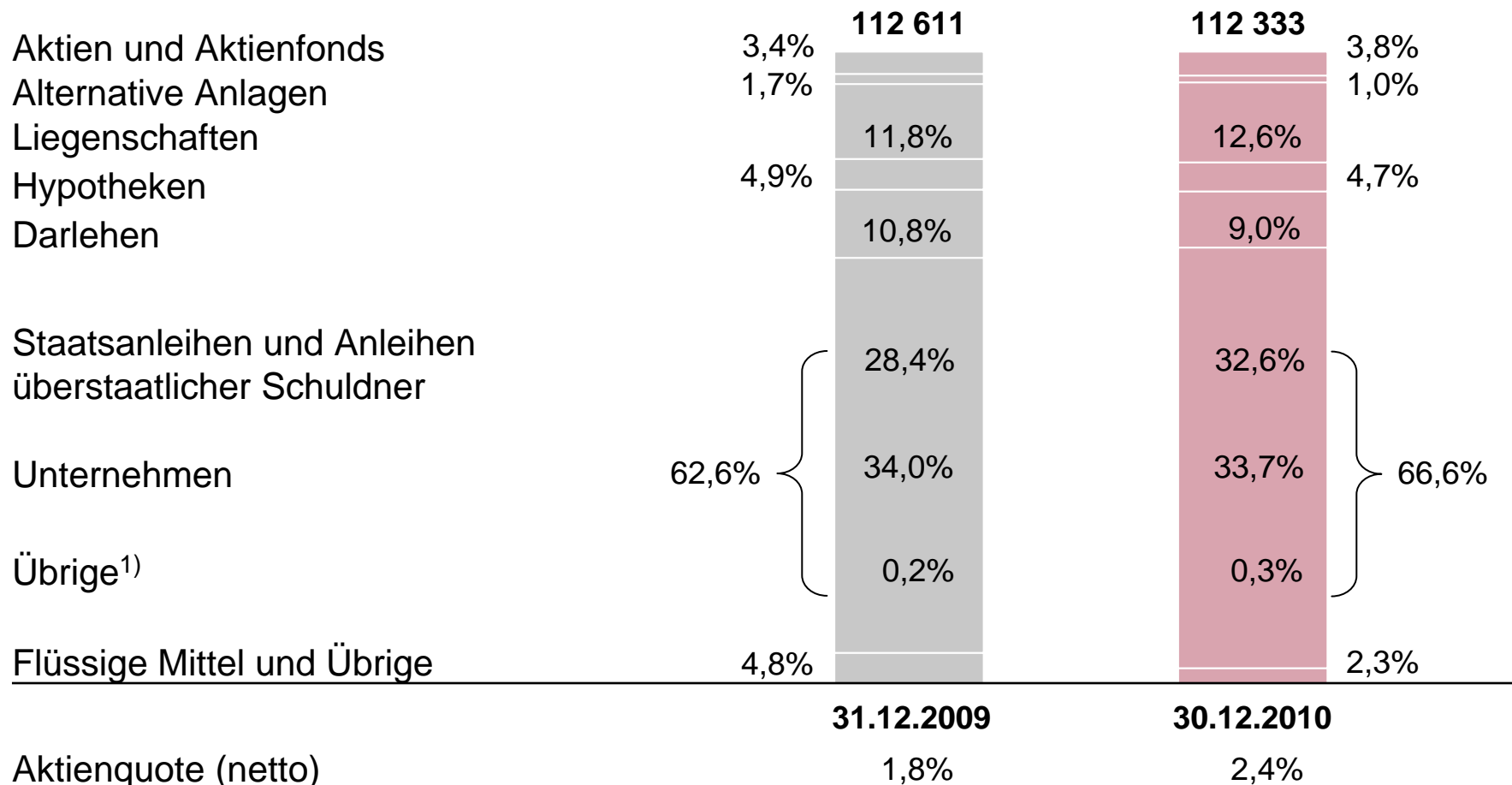
Mio. CHF (Basis: IFRS), auf eigenes Risiko gehaltene Kapitalanlagen im Versicherungsgeschäft

	2009 ¹⁾	2010 ¹⁾
Direkte Erträge aus Kapitalanlagen	4 164	4 215
Direkte Erträge aus Kapitalanlagen in %	3,8%	3,8%
Kosten	-191	-222
Nettokapitalgewinne/-verluste und Wertberichtigungen	364	573
Nettokapitalerträge	4 337	4 566
Nettoanlagerendite	3,9%	4,1%
Veränderung der nicht realisierten Gewinne/Verluste auf Kapitalanlagen	1 591	825
Total Kapitalerträge	5 928	5 391
Gesamtperformance in %	5,4%	4,8%
Durchschnittliche Kapitalanlagen (netto)	110 089	111 268
Gesamte Anlageperformance (Fair Value) in %	7,5%	5,3%

1) Inklusive Währungsgewinnen auf hybridem Kapital in Höhe von CHF 7 Mio. (2009) und CHF 396 Mio. (2010)

Anlageportfolio

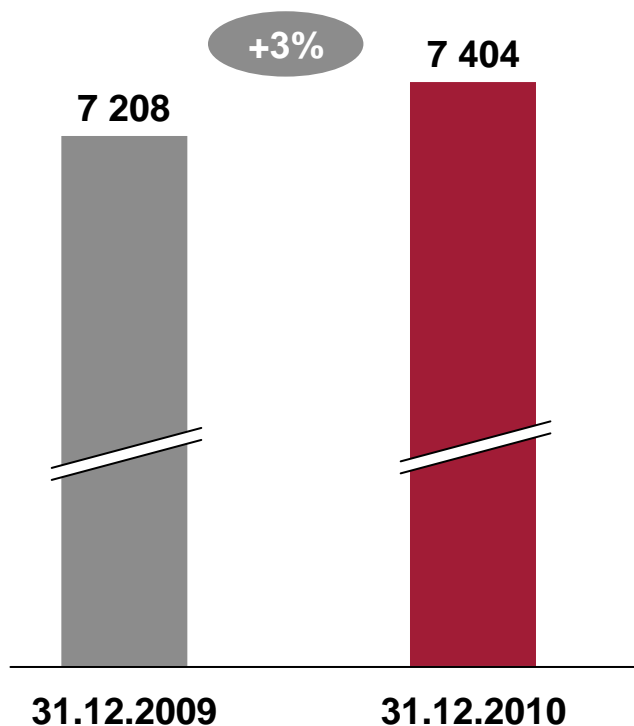
Mio. CHF (Basis: Fair Value) – auf eigenes Risiko gehaltene Kapitalanlagen im Versicherungsgeschäft



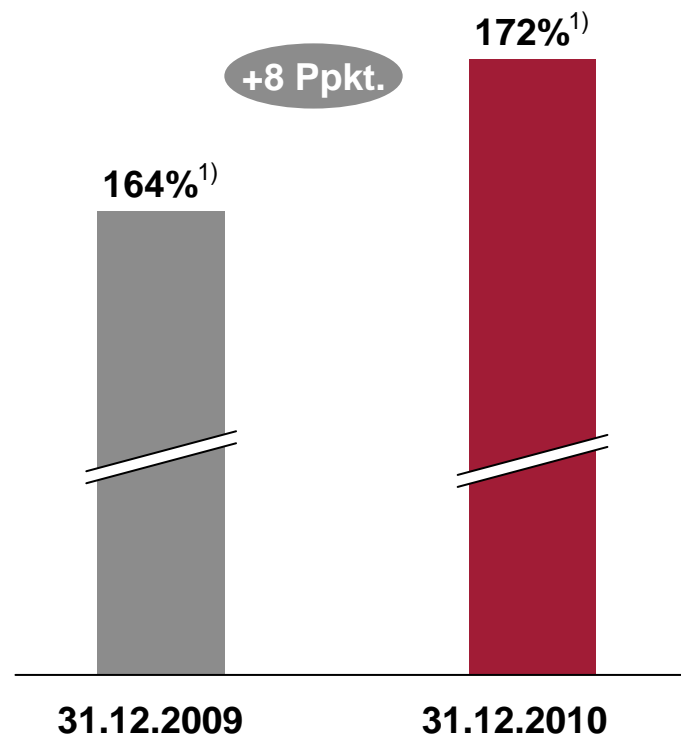
1) Exposure in CDO/CLO, ABS, MBS usw.

Eigenkapital und Gruppensolvabilität

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



Gruppensolvabilität
Basis: Eigenkapital gemäss IFRS



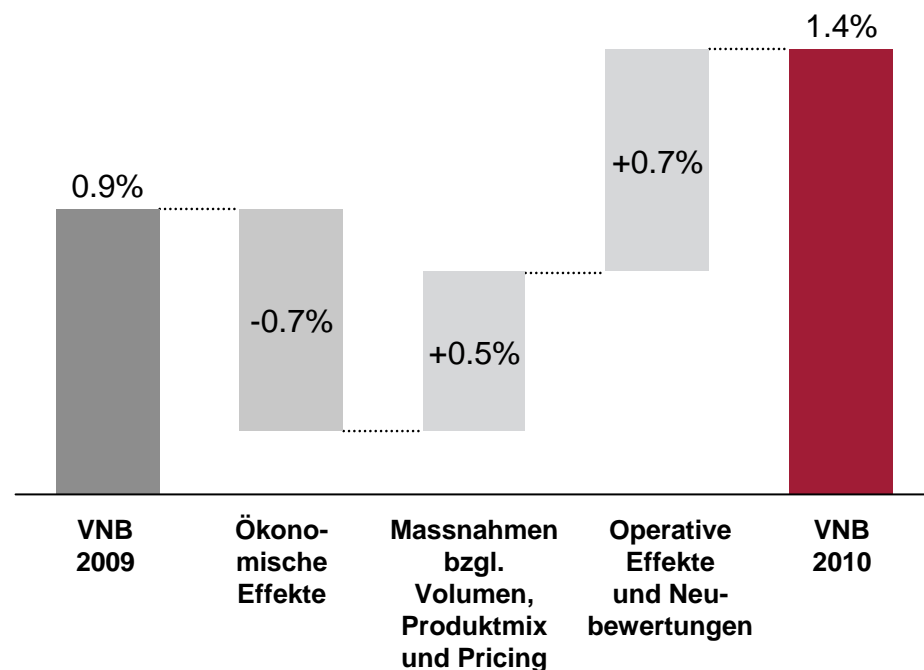
1) Ohne nicht realisierte Gewinne/Verluste auf Anleihen: 161% (2009) und 166% (2010)

Programm MILESTONE

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

Mit Margenmanagement den Kapitalmarktbewegungen entgegengewirkt

Margenentwicklung im Neugeschäft
(VNB in % des PVNBP)



Massnahmen bezüglich Volumen, Produktmix und Pricing

- Höheres Vertriebsvolumen und entsprechende Skaleneffekte, primär in FR, DE and PPLI
- Pricingänderungen: CH, PPLI
- Veränderungen im Produktmix
 - CH: übernommene Rückversicherung
 - FR: höherer Anteil Unit Linked im Lebens-Geschäft
 - DE: höherer Anteil von Risikoprodukten

Operative Effekte und Neubewertungen

- Gruppenweite Kostensenkungsinitiativen
- Erfahrungsbedingte Änderungen der biometrischen Annahmen in den Märkten
- Anpassung der Überschussbeteiligung: CH, FR, DE

Ökonomische Effekte

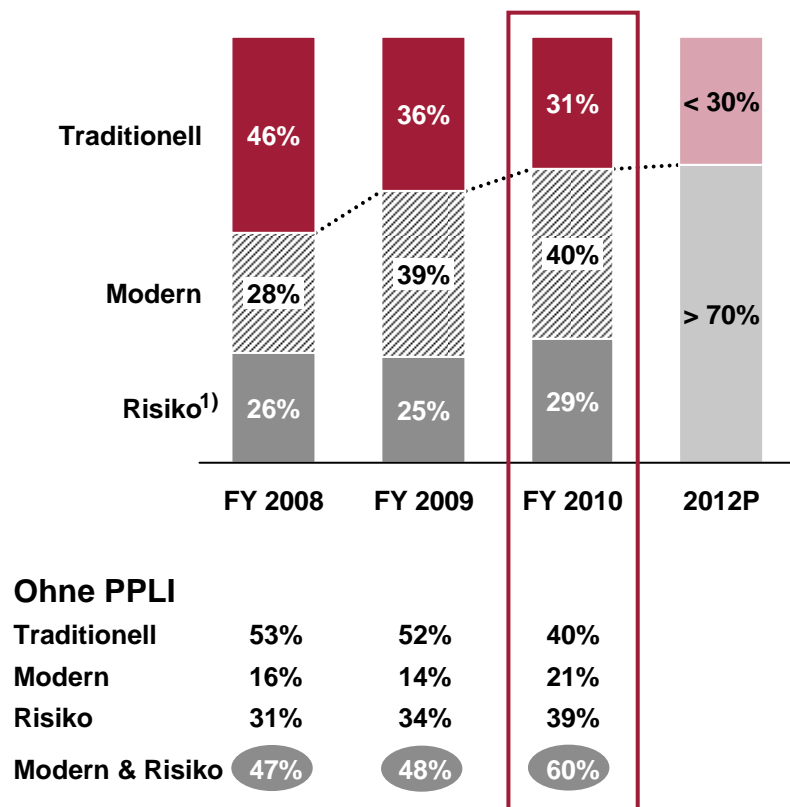
- Tiefe Zinsen, grosse Zinsschwankungen
- Schwächerer Euro

2009 vs. 2010, CHF Mio.

PVNBP	14 390	14 607
APE	1 493	1 486
VNB	123	209
NBM (APE)	8.2%	14.0%

Risiko- und Krankengeschäft trugen stark zum angestrebten Produktmix bei

Produktmix im Neugeschäft (Basis: NBP)



Verlagerungsziel 2012 bereits erfüllt

- CH: neue Produkte erfolgreich lanciert (z. B. Swiss Life Premium Select, Swiss Life Premium Junior Plan, Swiss Life Champion Timeplan)
- FR: neue Kranken- und Risikoprodukte (z. B. Ma formule, Swiss Life Prévoyance Indépendant, Swiss Life Garantie Emprunteur)
- DE: anhaltendes Wachstum bei Berufsunfähigkeitsprodukten
- PPLI: Life Asset Portfolio mit starker Nachfrage

Weitere bereits umgesetzte Produktmodifikationen/-verbesserungen

- DE: Champion Riester im Januar 2011 lanciert
- CH, FR & DE: Modifikationen im anteilsgebundenen Fondsangebot

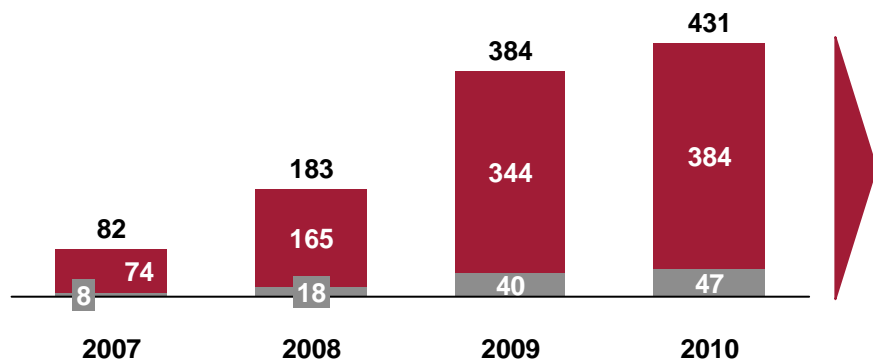
1) Inkl. Krankenversicherung



Umsatz über AWD um 9%¹⁾ gesteigert

Swiss Life in Deutschland – AWD-Kanal

NBP²⁾ in Mio. EUR



Gründe für die Entwicklung 2010

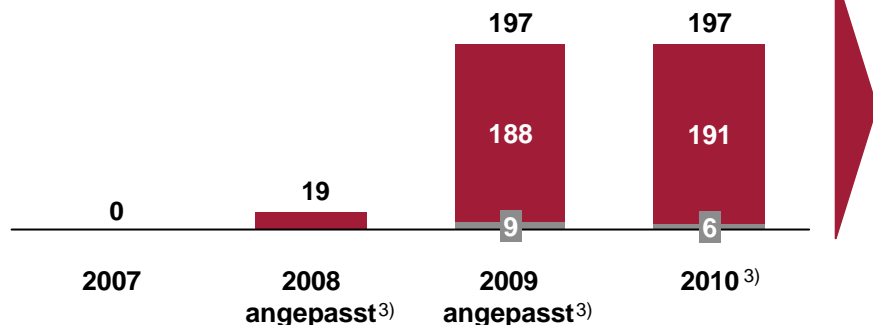
- Erfolgreicher Vertrieb von modernen und Risikoprodukten, z. B. der neuen selbständigen BU und der Champion-Produkte

Massnahmen 2011

- Produktentwicklungsprozess laufend verbessern, um Best-Select-Anforderungen von AWD weiterhin zu erfüllen
 - Neue und innovative Produkte im Rahmen des Vertriebsprogramms und der Empfehlungslisten von AWD einführen
 - Wachstum durch modernes Riester-Produkt weiter steigern

Swiss Life in der Schweiz – AWD-Kanal

NBP²⁾ in Mio. CHF



Gründe für die Entwicklung 2010

- Swiss Life Premium Select im Q3 erfolgreich lanciert
- Im 2. Halbjahr erfolgreicher Vertrieb des exklusiven Produkts „Swiss Life Champion Duo Package“ für AWD und von Swiss Life Champion Timeplan

Massnahmen 2011

- Im Q1 weitere Produkte lancieren
- Weitere Produktpakete für spezifische Zielgruppen gemeinsam entwickeln

1) Währungsbereinigt

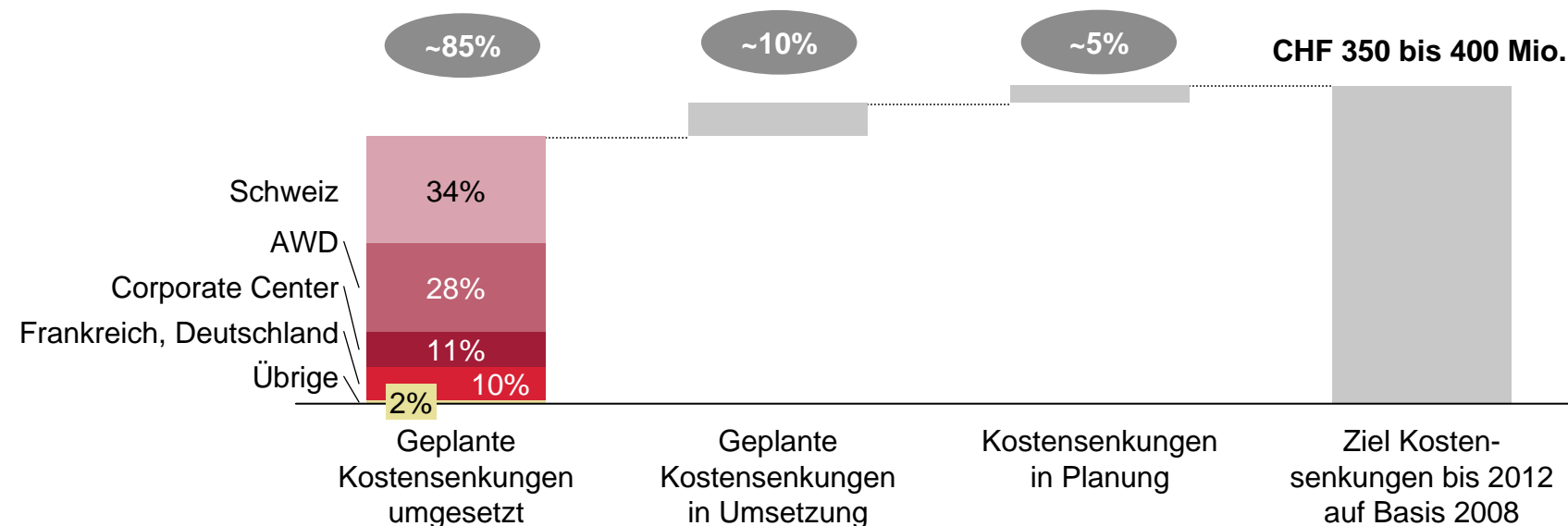
2) Neugeschäftsproduktion

3) Berechnung für effektive Vertragslaufzeit je Produktparte

■ Moderne oder Risikoprodukte
■ Traditionelle Produkte

Grosse Fortschritte bei der Implementierung der geplanten Kostensenkungen

Implementierungsstand der geplanten Kostensenkungen per 2010 – Projektsicht

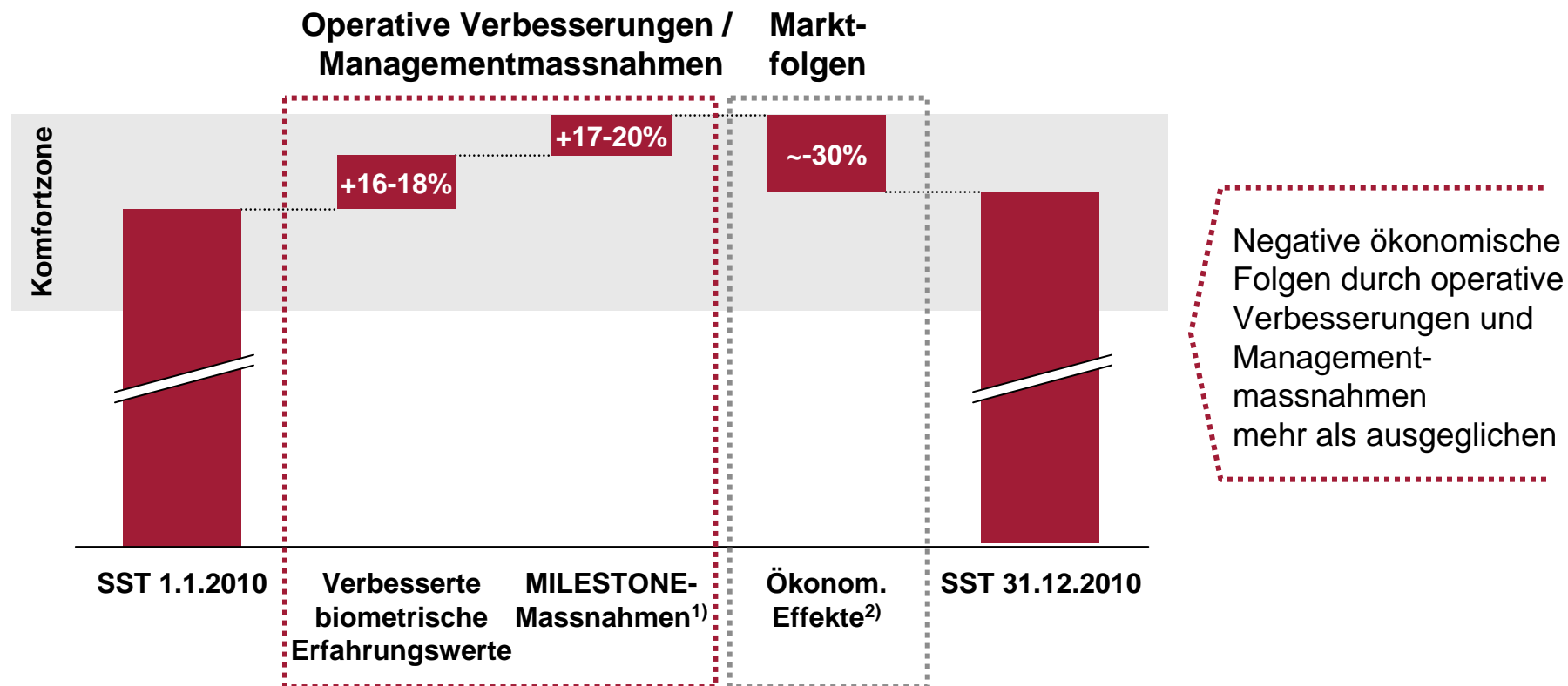


Wichtigste Erfolge

- CH: Supportfunktionen und Vertriebsorganisation weiter angepasst und interne Prozesse, Dienstleistungen und Projektportfolio optimiert
- FR: Effizienzinitiativen von Swiss Life Banque Privée abgeschlossen und Verwaltungskosten gesenkt
- DE: Zweiter Teil Betriebsübergang bei Betriebsrenten – bAV-Initiative abgeschlossen, Verschlinkungs- und Reorganisationsinitiativen erfolgreich implementiert
- AWD: Kostensenkungsziel erreicht; Corporate Center: Initiativen fast vollständig umgesetzt
- Restrukturierungskosten 2008 - 2010: CHF 162 Mio.; geplant für 2011-2012: CHF 10 - 15 Mio.

Swiss Life erfüllt auf Basis ihres internen Modells den SST problemlos

SST-Quote Swiss Life AG (Schätzung auf Basis des internen Modells)



1) Inkl. Kostensenkungen und ALM-Massnahmen

2) Inkl. Zinsen, Volatilitäten und Währungseffekten



Veränderungsanalyse Betriebsgewinn

Segmentergebnisse bereinigt¹⁾ – fortlaufend; Mio. CHF (Basis: IFRS)

	2009 bereinigt	2010 bereinigt	Veränderung	Durch operative Verbesserungen
Versicherungsgeschäft	590	730	+140	>70%
Schweiz	403	466		
Frankreich	129	162		
Deutschland	58	102		
Fee Business	27	111	+84	100%
Investment Management	77	103		
AWD	-10	43		
Versicherungsgeschäft Übrige	-40	-35		
Nicht zugeordnete Kosten für Gruppenmanagement und übrige	-79	-60	+19	100%
Betriebsgewinn	538	781	+243	>80%

MILESTONE-Umsetzung führt zur Verbesserung der Profitabilität

1) Bereinigt um bedeutenden Einmaleffekt und Währungseffekte EUR/CHF

Agenda

Übersicht

Bruno Pfister








Ergebnisse und
MILESTONE-Update


Thomas Buess

→ **Wrap-Up**

Bruno Pfister

MILESTONE schafft Mehrwert für Swiss Life

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

5 **Diszipliniert umsetzen** 

Regelmässiges Reporting über Erreichtes, Herausforderungen und Massnahmen

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 (44) 284 77 77

E-mail: media.relations@swisslife.ch

Finanzkalender

Zwischenmitteilung Q1

3. Mai 2011

Generalversammlung 2011

5. Mai 2011

Halbjahresresultate 2011

17. August 2011

Zwischenmitteilung Q3

15. November 2011

Für weitere Informationen besuchen Sie unsere Webseite:

www.swisslife.com