

## **Auf Zielkurs**

**Rolf Dörig**

**Präsident der Konzernleitung**

**Generalversammlung der Swiss Life Holding**

**Zürich, 8. Mai 2007**

Sehr geehrte Damen und Herren

Gerne gebe ich Ihnen einen Überblick über das Geschäftsjahr 2006.

Die Umsetzung unserer Strategie verläuft nach Plan. Die Fortschritte sind in den Zahlen deutlich ersichtlich. Wir haben 2006 erneut ein sehr gutes Resultat erzielt.

Die Swiss Life-Gruppe steigerte den Reingewinn gegenüber dem Vorjahr um 9% auf gut 950 Millionen Franken. Dazu trug vor allem der um 23% höhere Betriebsgewinn von rund 1,3 Milliarden Franken bei. Das deutlich höhere Betriebsergebnis ist geprägt von einer konsequenten Ausrichtung auf profitables Wachstum, weiteren Effizienzsteigerungen und einem guten Risikoverlauf. Wir haben damit nicht nur den Gewinn gesteigert, sondern auch die Gewinnqualität verbessert.

Die Eigenkapitalrendite lag mit 12,2% im Zielbereich von über 10%.

Der Wert der Swiss Life-Gruppe gemessen am Embedded Value erhöhte sich im vergangenen Jahr um 20% auf 10,7 Milliarden Franken. Dies entspricht einem Wert je Aktie von 316 Franken. Der Wert des Neugeschäfts konnte auf über 120 Millionen Franken gesteigert werden. Zu diesem deutlichen Anstieg haben alle Märkte beigetragen.

Auf Basis dieses starken Ergebnisses wird der Verwaltungsrat Ihnen die Erhöhung der Gewinnausschüttung um 40% von 5 auf 7 Franken beantragen.

Das gute Resultat widerspiegelt den erfolgreichen Geschäftsverlauf im In- und Ausland.

Das Prämienvolumen erhöhte sich insgesamt um 9% auf über 22 Milliarden Franken. Das Wachstum stammte aus dem internationalen Geschäft, wo wir die Prämieinnahmen um 16% steigern konnten. In den einzelnen Märkten erzielte Swiss Life teilweise ein weit über dem Marktdurchschnitt liegendes Wachstum.

Im Versicherungsgeschäft steigerten wir das Ergebnis um 12% auf 1,1 Milliarden Franken. Davon stammen rund 670 Millionen Franken oder 60% aus der **Schweiz**.

In den **europäischen Märkten** erwirtschafteten wir ein Segmentergebnis in Höhe von rund 440 Millionen Franken. Mit über 200 Millionen Franken steuerte Frankreich den grössten Beitrag dazu bei.

Im **Bankgeschäft** erzielten wir ein Segmentergebnis von 165 Millionen Franken. Dies entspricht einem deutlichen Anstieg gegenüber dem Vorjahr. Das Bankgeschäft besteht hauptsächlich aus der Banca del Gottardo. Das Jahr 2006 war für die Banca del Gottardo ein Jahr der Repositionierung unter einem weitgehend erneuerten Management. Die Bank, die in diesem Jahr ihren 50. Geburtstag feiern kann, hat sich erfolgreich neu ausgerichtet. Die Zusammenarbeit zwischen Bank und Versicherung haben wir ganz gezielt weiter ausgebaut. Sie verfügt jetzt über die besten Voraussetzungen, um ihre Wachstumsstrategie erfolgreich umzusetzen. Ihr Beitrag zum Gewinn der Gruppe wird weiter steigen.

Das Segment **Investment Management**, das die Verwaltung der Versicherungsgelder auf Kommissionsbasis und Drittkundenmandate umfasst, weist einen Betriebsgewinn von über 40 Millionen Franken aus. Auch hier erwarten wir in den kommenden Jahren eine weitere Steigerung.

Das Segment **Übrige** umfasst vor allem Finanzierungs- und Holdinggesellschaften. Kompensiert durch Eliminationen ergab sich ein Beitrag von 4 Millionen Franken.

Die nicht zugeordneten Konzernkosten belaufen sich auf 59 Millionen Schweizer Franken. Sie haben sich damit um 5% reduziert.

Der Reingewinn von 954 Millionen Franken entspricht einem Gewinn pro Aktie von rund 27 Franken. Die Steigerung des Gewinns um 9% konnte erreicht werden, obwohl das Finanzergebnis um 5% unter dem Vorjahr lag.

Die Versicherungsleistungen reduzierten sich um 1% auf 13,8 Milliarden Franken unter anderem aufgrund des sehr guten Risikoverlaufs. Die Summe der Überschussbeteiligung für Versicherungsnehmer blieb auf dem hohen Niveau des Vorjahres.

Der Steueraufwand betrug in der Berichtsperiode 128 Millionen Franken. Der nach wie vor tiefe Steuersatz ist auf Spezialsituationen in den Niederlanden und in Frankreich zurückzuführen. Wir erwarten auch in den kommenden zwei bis drei Jahren noch einmal positive Steuereffekte in Höhe von insgesamt 50 bis 100 Millionen Franken.

Die Bilanz entwickelte sich erwartungsgemäss.

Im ersten Halbjahr 2006 reduzierte sich das Eigenkapital im Zusammenhang mit dem damaligen Zinsanstieg. Aufgrund der Zinsentwicklung und durch das erwirtschaftete Ergebnis erhöhte sich das Eigenkapital per 31. Dezember wieder auf 7,6 Milliarden Franken.

Bezüglich unserer Bilanz möchte ich Sie darauf hinweisen, dass wir im April 2007 Hybridkapital, also Fremdkapital mit Eigenkapitalcharakter, in Höhe von 700 Millionen Euro platziert haben. Mit dieser Transaktion im Rahmen unserer aktiven Kapitalbewirtschaftung haben wir die günstigen Marktbedingungen genutzt, um unseren finanziellen Gestaltungsspielraum weiter zu vergrössern.

Die Anlagestruktur des Versicherungsvermögens wird im Rahmen unseres ganzheitlichen Asset and Liability Management auf unsere Verbindlichkeiten abgestimmt. Der grössere Teil des Vermögens ist deshalb in festverzinslichen

Werten angelegt. Dank der verbesserten Kapitalstruktur und Risikofähigkeit erhöhte sich unsere Flexibilität auf der Anlageseite. Dies ermöglicht auch eine Optimierung des Aktienanteils in unserem Vermögen. Wie wir im Dezember bekannt gegeben haben, führt dies dazu, dass die Aktienquote der Swiss Life-Gruppe über die früher genannte Limite von 7% hinausgehen kann.

Die Gruppen-Solvabilität von Swiss Life ist von 155% per 30. Juni 2006 auf 194% gestiegen und bewegt sich weiterhin auf komfortablem Niveau. Die von Swiss Life angewendeten Grundsätze im Risikomanagement stimmen übrigens bereits mit jenen des neuen Schweizer Solvenztests überein.

Gerne gebe ich Ihnen noch einige Informationen zur Geschäftsentwicklung im Ausland und in der Schweiz gegliedert nach den Schwerpunkten unserer Strategie Wachstum, Effizienz und Leadership.

Die erfreuliche Entwicklung in unseren internationalen Märkten setzte sich 2006 fort. In den beiden vergangenen Jahren konnten die Prämieinnahmen durch organisches Wachstum insgesamt um über 30% gesteigert werden.

Besonders stark war das Wachstum bei den nicht-traditionellen Produkten, also beispielsweise bei Kapitalversicherungen mit ermessensabhängiger Überschussbeteiligung und bei fondsgebundenen Versicherungen. Der Anteil dieser Produkte stieg 2006 auf rund 40% des gesamten Prämienvolumens der Gruppe.

Durch die Ausrichtung auf profitables Wachstum und die erzielten Effizienzsteigerungen erhöhte sich der Beitrag der ausländischen Märkte zum Betriebsergebnis um rund 40%. Das Basisergebnis aus dem Versicherungsgeschäft übertraf bereits das für 2008 gesteckte Ziel.

Wie Ihnen Bruno Gehrig bereits ausgeführt hat, durften wir in allen ausländischen Märkten auch im vergangenen Jahr verschiedene Auszeichnungen für unsere Produkte und Dienstleistungen entgegennehmen. Um von diesen Erfolgen in den einzelnen Ländern noch besser profitieren können, haben wir die internationale Zusammenarbeit ausgebaut und gemeinsame Initiativen lanciert.

Erfreulich ist auch, dass das Commitment der Mitarbeitenden, also die Zufriedenheit am Arbeitsplatz und die Identifikation mit dem Unternehmen, auch im Ausland weiter zugenommen hat.

In unserem Heimmarkt Schweiz sind wir mit einem Marktanteil von 28% nach wie vor die Nummer 1. Über eine Million Kunden sind in der Schweiz über ihre private oder berufliche Vorsorge mit Swiss Life verbunden. Nach einer Durststrecke von ein paar Jahren konnten wir 2006 erstmals wieder einen positiven Wert für das Neugeschäft verzeichnen. Dazu haben Kollektiv- und Einzelversicherung beigetragen.

Im wachsenden Markt mit renditeorientierten Vorsorgeprodukten haben wir uns mit verschiedenen Produktlancierungen eindrücklich zurückgemeldet. In den kommenden Jahren wollen wir in diesem Produktsegment einen Marktanteil erreichen, der unserer führenden Position entspricht. Die Verkaufserfolge im vergangenen Jahr stimmen uns diesbezüglich zuversichtlich.

Die verschiedenen Initiativen zur Effizienzsteigerung verlaufen planmässig. Neben einem straffen Kostenmanagement trugen sie massgeblich zur weiteren Reduktion der operativen Kosten bei. Zusammen mit dem günstigen Risikoverlauf führte dies dazu, dass beim Basisergebnis aus dem Versicherungsgeschäft das Ziel für 2008 von 150 Millionen Franken bereits übertroffen werden konnte.

Für den künftigen Erfolg ganz entscheidend ist auch die Kundenzufriedenheit. Unsere regelmässigen Umfragen zeigen, dass die Kundenzufriedenheit auch im vergangenen Jahr gestiegen ist. Bei den Mitarbeitenden hat sich die Zufriedenheit und Identifikation mit dem Unternehmen auf hohem Niveau noch einmal verbessert.

In der Diskussion über die politischen Rahmenbedingungen in der beruflichen Vorsorge sind wir nach wie vor sehr engagiert. Allerdings bietet ein Wahljahr für die notwendige, aber unpopuläre Beschneidung von Besitzständen nicht gerade die besten Voraussetzungen. Immerhin hat der Bundesrat die raschere und deutlichere Senkung des Rentenumwandlungssatzes in der beruflichen Vorsorge vorgeschlagen.

Von dem in der Schweiz im Kollektivgeschäft erzielten Bruttoertrag in Höhe von 2,1 Milliarden Franken, haben wir den Versicherten 92% weitergegeben. Gesetzlich vorgeschrieben sind 90%.

Ein etwas genauerer Blick auf den Schweizer Lebensversicherungsmarkt zeigt, dass wir uns in einem in den vergangenen Jahren schrumpfenden Markt sehr gut behauptet haben und unseren Marktanteil ausbauen konnten. Das Prämienvolumen sank in den vergangenen Jahren auf unter 30 Milliarden Franken. Unser Marktanteil beläuft sich auf rund 28%. Mit einem Anteil von über 30% in der beruflichen und über 20% in der privaten Vorsorge sind wir damit die klare Nummer 1. Unsere auf langfristige Sicherheit ausgerichtete Geschäftspolitik zahlt sich aus – auch für Sie als Aktionäre.

Ganz wichtig ist, dass wir uns im wachsenden Markt der renditeorientierten Vorsorge mit verschiedenen Produktlancierungen erfolgreich positionieren konnten. Die Produkte, die wir teilweise auch in Zusammenarbeit mit der Banca del Gottardo im letzten Herbst lancierten, wurden von unseren Kunden sehr gut aufgenommen.

Dank den verschiedenen Massnahmen zur Effizienzsteigerung konnten wir auch die Kosten weiter senken. Wir wissen aber, dass wir in diesem Bereich nach wie vor nicht zu den Besten gehören und weitere Hausaufgaben zu machen haben.

Sehr geehrte Damen und Herren, wie Sie gesehen haben, sind wir gut unterwegs, um unsere Ziele für 2008 zu erreichen.

Unsere Prämienentwicklung zeigt: Mit einem leistungsfähigen Vertrieb und attraktiven Produkten lassen sich auch in Kontinentaleuropa zweistellige Wachstumsraten erzielen. Diese Dynamik wollen wir in den kommenden Jahren aufrechterhalten.

Auch in der Schweiz wollen wir an Prämienvolumen zulegen. Mit der Lancierung von neuen Produkten und der verstärkten Ausbildung unserer Vorsorgeberater haben wir im letzten Jahr dafür die Voraussetzungen geschaffen.

Beim Basisergebnis aus dem Versicherungsgeschäft liegen wir dank den Effizienzsteigerungen und einem guten Risikoverlauf bereits über dem Zielwert von 500 Millionen Franken. Effizienz ist für uns aber selbstverständlich auch weiterhin ein wichtiges Thema. Wir erwarten aufgrund der laufenden Initiativen in den kommenden Jahren weitere substantielle Kosteneinsparungen.

Auch was die Profitabilität angeht, sind wir mit einem Gewinn von über 950 Millionen und einer Eigenkapitalrendite von 12,2% gut im Plan.

Unsere Prioritäten für das laufende Jahr orientieren sich an unseren strategischen Schwerpunkten.

In den internationalen Märkten wollen wir die Wachstumschancen gezielt wahrnehmen. Dabei soll auch die Profitabilität weiter gesteigert werden. Wir sind gut positioniert und verfügen über die richtigen Produkte, um von der nach wie vor stark steigenden Nachfrage in der finanziellen Vorsorge zu profitieren.

Darüber hinaus werden wir durch verschiedene gruppenweite Initiativen in den Bereichen Produktentwicklung, Prozess-Optimierung und Ausbau der Vertriebswege auf internationaler Ebene zusätzliches Wachstum und weitere Kosteneinsparungen realisieren.

In unserem Schweizer Heimmarkt steht nach wie vor die Steigerung der Effizienz im Vordergrund. Hier arbeiten wir konsequent an unseren noch bestehenden Hausaufgaben. Die Bereinigung der Informatiklandschaft im Rahmen der laufenden Grossprojekte sowie die Vereinfachung der Prozesse werden in den kommenden Jahren substantielle Einsparungen ermöglichen.

Aber wir werden in der Schweiz auch wachsen. Durch die Verbesserung der Qualität und der Produktivität im Vertrieb, einem Ausbau der Produktentwicklung und der gezielten Bearbeitung von einzelnen Kundensegmenten, in denen wir bisher unterdurchschnittlich vertreten sind, werden wir die Prämieinnahmen und die Profitabilität nachhaltig steigern.

Im Asset and Liability Management verfügen wir über den notwendigen Handlungsspielraum, damit wir unser Finanzergebnis optimieren können. Wichtig ist dabei natürlich auch, dass wir bei jeder Zinsentwicklung in der Lage sind, unsere Eigenkapitalbasis zu schützen. Dank der soliden Kapitalstruktur erhöht sich die Flexibilität auf der Anlageseite.

Die Banca del Gottardo ist ein wichtiger Teil der Swiss Life-Gruppe. Sie leistet einen substanziellen Beitrag zur Ertragskraft des Unternehmens. Die Bank verfolgt eine auf die Schweiz und Italien konzentrierte Wachstumsstrategie und wird ihren Gewinnbeitrag weiter steigern. Die Synergien mit dem Versicherungsgeschäft sollen auf der Ertrags- wie auf der Kostenseite auf pragmatische Weise noch stärker genutzt werden.

Und damit komme ich zum Schluss unserer Präsentation mit sehr guten Zahlen und ausgezeichneten Perspektiven für die Zukunft.

Ich darf feststellen, dass wir weiter an Ertrags- und Finanzkraft gewonnen und unsere Fitness verbessert haben. Wir verfügen über ein attraktives Geschäftsportefeuille, das wir weiter ausbauen werden. Mit der erreichten strategischen und finanziellen Flexibilität sind wir in einer guten Position, um im wachsenden Vorsorgemarkt auch langfristig erfolgreich zu sein.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit und gebe zurück an Bruno Gehrig.