



# Pressekonferenz zum Strategieprogramm „Swiss Life 2027“

Dirk von der Crone  
10. Dezember 2024

# Erfolg durch einzigartige Positionierung

*Starke und einzigartige Positionierung*

## Finanzberatung

- 1,8 Mio. aktive Kundinnen und Kunden
- Führende Finanzberatung mit „Best-Select“-Geschäftsmodell und 6.000 Finanzberaterinnen und Finanzberatern
- Ausgezeichnete Fähigkeiten im datengesteuerten Kampagnenmanagement und starkes Cross-Selling

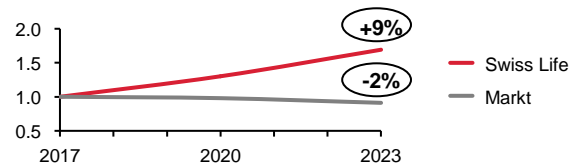
## Versicherung

- Spezialisierter Lebensversicherer mit fokussiertem Angebot für Altersvorsorge und Arbeitskraftabsicherung
- Konsequente Ausrichtung auf renditestarke, attraktive Lebensversicherungsprodukte
- 3-fache Konsortialführerschaft in der Arbeitskraftabsicherung

*Outperformance in beiden Geschäftsmodellen*

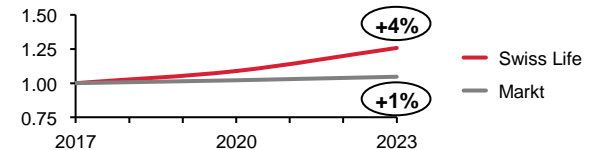
**Beaterinnen und Berater**  
Indiziert,  
Wachstum p. a.

Finanzberatung



**Beitragseinnahmen**  
Indiziert,  
lfd. Prämien,  
Wachstum p. a.

Versicherung



# Besondere Stärke im Segment junger Kundinnen und Kunden

## Eingehen auf Kundenbedürfnisse<sup>1</sup>

77%

Schätzen persönliche Finanzberatung

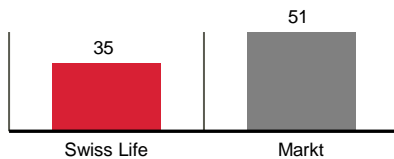
73%

Benötigen Altersvorsorge-lösungen, um Altersarmut zu verhindern

49%

Fordern digitales Vertragsmanagement in einem Kundenportal

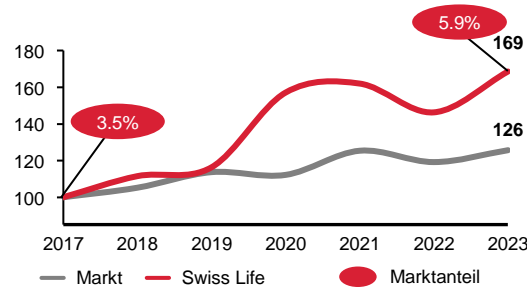
Ø Alter Finanzberaterinnen/Finanzberater in Jahren



## Wachsender Marktanteil

Finanzvertriebe wachsen schneller als der Markt und gewinnen dadurch immer mehr Marktanteile.

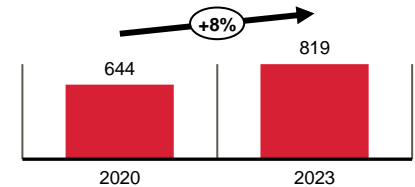
Neugeschäft Leben<sup>2</sup> indexiert



## Bereit für weiteres Wachstum

Während viele Wettbewerber ihre Präsenz vor Ort schließen, bauen wir unsere Kundennähe durch die Eröffnung zusätzlicher Standorte weiter aus.

Steigerung regionale Präsenz Standorte, Wachstum p.a.



<sup>1</sup>Umfrage n = 1 290 (Gen Y and Gen Z) Juni 2024 | <sup>2</sup>Lebensversicherungsprodukte mit laufenden Prämien

# Unsere Finanzvertriebe sind dazu in der Lage, das große Marktpotential optimal zu nutzen

*Unser Purpose: Wir unterstützen Menschen dabei, ihr Leben finanziell selbstbestimmt zu gestalten.*

*Kundinnen und Kunden*

*Beratungsorganisation*

*Beratungsplattform*

*Swiss Life  
Produkte*

*Produkte von Drittanbietern*

*Renten- und Absicherungslücke*

- Zielgruppe schätzt unser Angebot mit einem **NPS von 85**, deutlich über deutschem Versicherungsdurchschnitt (28)
- **Mehr als 7 Verträge pro Kundin/Kunde<sup>1</sup>**, deutlich über dem deutschen Versicherungsdurchschnitt (3)
- **Kampagnen- und Produktinnovationsfähigkeiten** inspirieren Produkthanbieter und prägen den Markt
- Umfangreiche Kundendaten mit **> 100.000 datengetriebenen Impulsen pro Monat**
- **Skalierbare Plattform** über den gesamten Beratungsprozess
- **Produktpalette mit > 250 Produktpartnern** ermöglicht es, flexibel auf alle Bedarfsänderungen zu reagieren
- Gesetzliches Rentensystem ist unzureichend. **Mit ~6% Marktanteil** besteht ein großes weiteres Marktpotenzial.

<sup>1</sup>Auswertung der Gesamtanzahl Verträge aller Kundinnen/Kunden (Neu- und Bestandskunden), welche 2023 einen Abschluss getätigt haben

# 160 Jahre Expertise und ausgezeichnete Kompetenz

## Ausgezeichnete bAV-Kompetenz

Das Institut für Vorsorge und Finanzplanung (IVFP) bewertet die Kompetenz von Swiss Life in der betrieblichen Altersvorsorge seit 2010 mit „**Exzellent**“.



## 130 Jahre AKS-Expertise

Seit **über 130 Jahren** bietet Swiss Life als einer der ersten BU-Versicherer umfassenden Schutz und Stabilität für ein finanziell selbstbestimmtes Leben.



## Expertin für Branchenlösungen

Mit den Konsortiallösungen MetallRente, KlinikRente und ChemieRente bietet Swiss Life **17 Millionen Beschäftigten** und Familienangehörigen der angebotenen Branchen zielgruppengerechte Absicherungs- und Vorsorgelösungen.



MetallRente



KlinikRente



ChemieRente

# Swiss Life 2027 stärkt weiter die Finanzberatung

## Recruiting und Expansion Vertrieb

- Steigerung der **Beraterbasis** und **Standortwachstum**
- Zusätzliches Wachstum durch intensive **Leadership-Trainings**
- **Steigerung des Umsatzpotenzials** durch mehr Kundenkontakte und Erweiterung der Beratungs- und Angebotslandschaft

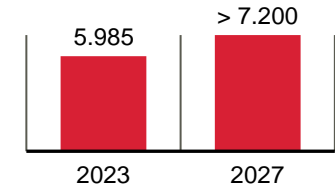
## Digitale kundenorientierte Beratungsplattform

- Ausbau des Kundenportals mit mehr als 350.000 Nutzer/-innen zur offenen Plattform mit **digitalen Self-Services** für Neukundschaft und Interessierte, parallel **Modernisierung der Beratungstools**
- Das **Impulsmanagement** optimiert die Beratung nachhaltig durch datenbasierte Analysen und gezielte Marktanpassungen.

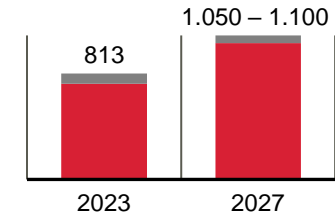
## Modernisierung IT

- Ermöglichung von kontinuierlichen **Effizienz- und Skalierungsgewinnen** durch weitere **Digitalisierung und Harmonisierung der Backoffice-Systeme** und der internen operativen Prozesse

### Lizenzierte Berater/-innen



### Fee Income in Mio. Euro



■ Provisionsumsätze mit Swiss Life

# Fokussiertes Wachstum über Neu- und Bestandskunden in der Versicherung

## *Weiterentwicklung attraktiver Produkte und Vertriebswege*

- Wachstum in der **Altersvorsorge**, insbesondere durch Fokussierung auf die betriebliche Vorsorge (BU Pro, bAV, bKV) mit digitalen Services und Produkten
- Sicherung der starken Position im **Biometrie- und Konsortialgeschäft** mit Optimierungen in den Bereichen Services, Assistance und Kundennutzen

## *Optimierung der Bestandskraft und Prozesse*

- Stärkung der **Bestandskraft** entlang der Dimensionen Vertriebskanäle, Kampagnen und Kundensupport inkl. Stornoprävention
- Beispiel: **Einmalanlageprodukt** für auslaufende Kapitallebensversicherungen mit sofortbeginnender Rente

## *Modernisierung IT*

- Finalisierung der **Modernisierung von Backoffice-Systemen** zur Steigerung von Effizienzpotentialen
- Einführung eines neuen **Kunden-Kommunikationssystems** als Enabler zur Stärkung digitaler Prozesse

# Unternehmenskultur als Fundament für zukünftigen Erfolg

## Unternehmenskultur

Starke Unternehmenskultur des **Mit- und Füreinanders**.

78%

Engagement-Faktor<sup>1</sup>

86%

Enablement-Faktor<sup>2</sup>

87%

Weiterempfehlungsquote

*„Unsere Kultur des Mit- und Füreinanders ist eine unserer größten Stärken. Sie trägt maßgeblich zu unserem Erfolg bei und schafft ein Arbeitsumfeld, in dem sich unsere Mitarbeitenden wohlfühlen. Eine starke Kultur fördert nicht nur die Identifikation der Mitarbeitenden mit dem Unternehmen, sondern ist entscheidend für die Stärkung der Innovationskraft, die Zusammenarbeit und die langfristige Mitarbeitendenbindung. Gemeinsam wollen wir diese Kultur bewahren und weiterentwickeln.“*

*Dirk von der Crone, CEO Swiss Life Deutschland*



# Wachstum durch Fokus

1

## *Start aus einer Position der Stärke*

Wir blicken auf ein erfolgreiches Strategieprogramm Swiss Life 2024 zurück, sind gegen den Markt gewachsen und starten aus einer Position der Stärke.

2

## *Stärkung der Beratung*

Wir entwickeln unsere Finanzberatung weiter, stärken die „phygitale“ Beratung, investieren in das Wachstum der Berater/-innen und steigern ihre Produktivität.

3

## *Gezieltes Wachstum in der Versicherung*

Wir bauen unser Angebot in der Arbeitskraftsicherung und betrieblichen Vorsorge deutlich aus und optimieren unser Bestandsmanagement.

4

## *Modernisierung der IT*

Wir modernisieren in beiden Geschäftsbereichen unsere IT konsequent weiter.

5

## *Unsere Kultur als Basis*

Wir setzen auf unsere Unternehmenskultur als eine der größten Stärken und Basis unseres Erfolgs.

Fragerunde

*Wir unterstützen Menschen dabei,  
ihr Leben finanziell selbstbestimmt zu gestalten.*