



SwissLife

Vorstellung Strategieprogramm *SL24* Swiss Life Deutschland

Jörg Arnold, CEO
30. November 2021

Swiss Life Deutschland auf einem Blick

Marktposition ausgebaut

Finanzberatung

- 1,5 Mio. Kundinnen und Kunden
- 365.000 Neukundinnen und –kunden seit 2018
- Mehr als 5.100 lizenzierte Finanzberater/-innen
- Durchschnittsalter Berater/-innen: 35 Jahre
- 622 Filialen (+190 seit 2018)
- Zweitgrößter Finanzvertrieb mit stärkstem Wachstum in Deutschland*

Versicherung

- 1,03 Mio. Vertragskundinnen und –kunden
- 300.000 Neukundinnen und –kunden seit 2018
- 3-fache Konsortialführerschaft Arbeitskraftsicherung
- 20 Produktinnovationen seit 2018
- Solvency II-Quote: 374%
- Drittstärkstes Bestandswachstum der deutschen Lebensversicherungen**

Krisenresilienz bewiesen

- Trotz Covid-19-Pandemie **zwei Jahre mit Rekordergebnissen** in beiden Geschäftsmodellen
- **Nahtlose Geschäftsfähigkeit** dank Digital Workplace und frühzeitige Investition in Digitalisierung
- **120 neue Mitarbeitende** eingestellt

Strategieprogramm zum Erfolg geführt

Swiss Life 2021 – Finanzielle Ziele

- Fee Income
- Anzahl lizenzierte Finanzberater/-innen
- Wert des Neugeschäfts (kum.2019-2021)

Ziel

530-550 Mio. Euro
4.250
>140 Mio. Euro

FY 2020

602 Mio. Euro
4.635
169 Mio. Euro

Aktuelle Zielerreichung

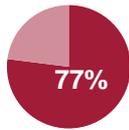
übertroffen
übertroffen
übertroffen



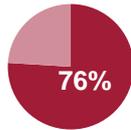
Unser Geschäftsmodell zeigt besondere Stärke im Segment junger Kundinnen und Kunden

Junge Kundschaft

- Fast 80 % des Neugeschäfts entstehen durch Millennials
- 50 % der Neukundinnen und Neukunden sind unter 30 Jahre alt



Finanzberatung
In BA EH



Versicherung
In NBP

■ Millennials ■ Rest

Einzigartiges Geschäftsmodell

- Überdurchschnittlich junges Beratungsteam (Ø 35 Jahre)
 - Ganzheitliche Vorsorgeberatung
 - Hybrides Kundenerlebnis
-
- Hohe Finanzkraft und Solvenz
 - Profitable und renditestarke Vorsorge- und Absicherungsprodukte
 - 3-fache Konsortialführerschaft

Unternehmenskultur

- Starke Unternehmenskultur des Für- und Miteinanders
- Mittelständisch geprägte Umsetzungskraft
- Engagementfaktor: 78 %
- Enablementfaktor: 86 %
- Weiterempfehlungsquote: 87%



Die junge Zielgruppe hat dabei klare Vorstellungen von Altersvorsorge und Finanzberatung

Wunsch nach
persönlicher
Finanzberatung

68 %



61 %

Interesse an
aktienbasierter
Altersvorsorge

41 %



27 %

Bedarf an
nachhaltiger
Produktberatung

59 %



57 %

Nachfrage nach
digitaler
Vertragsverwaltung

53 %



43 %

Millennials

Best Ager

Quelle: Junge-Leute-Vorsorgestudie, Swiss Life Deutschland / YouGov Deutschland, Nov.2020, Repräsentative Umfrage, 5.069 Befragte ab 18 Jahren

Strategische Massnahmen von Swiss Life 2024 tragen zu den künftigen Ergebnissen bei

*Wir unterstützen Menschen dabei, ein
selbstbestimmtes Leben zu führen*

Strategische Massnahmen



Kundenbeziehungen vertiefen



Beratungskompetenz stärken



Operative Skalierbarkeit ausbauen



Nachhaltigkeit in unserem Geschäft verankern

Finanzielle Ambitionen

Gewinnqualität und -wachstum

Kapital, Cash und Dividende

In Deutschland legen wir den Fokus auf klare Investitionsbereiche der Geschäftsmodelle

Finanzberatung

Hybridisierung
& Erweiterung des
Beratungsangebots



Ausbau der
Beratungsorganisation



IT-Modernisierung



Kultur



Geschäftsmodellübergreifend

Innovative
Versicherungsprodukte



Optimierte
Marktbearbeitung



Nachhaltigkeit



Versicherung

Investition in die Hybridisierung und Qualität der modernen Finanzberatung

Finanzberatung

Ausbau der Beratungsorganisation



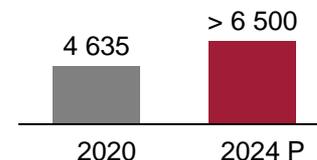
- Investition in die **Führungs- und Beratungskompetenz** des Beratungsteams
- Stärkung des **Karriereplans** für ein attraktives, zukunftsfähiges und hochwertiges Berufsbild
- Ausbau der **digitalen Bildungsangebote**
- Fortsetzung der **geografischen Expansion** für regionale Präsenz

Hybridisierung und Erweiterung des Beratungsangebots für junge Menschen

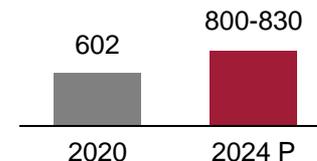


- Schaffung einer komplett **digitalen Beratungsstrecke** für exzellente Kundenerlebnisse
- Weiterentwicklung des **Kundenportals mit digitalem Schadenmanagement**
- Entwicklung **datenbasierter CRM-Lösungen** und **vertriebliches Datenmanagement**
- Integration von **ESG-Kriterien in den Beratungsprozess** und Erweiterung der **nachhaltigen Produktpalette**

Anzahl lizenzierter Finanzberater/-innen



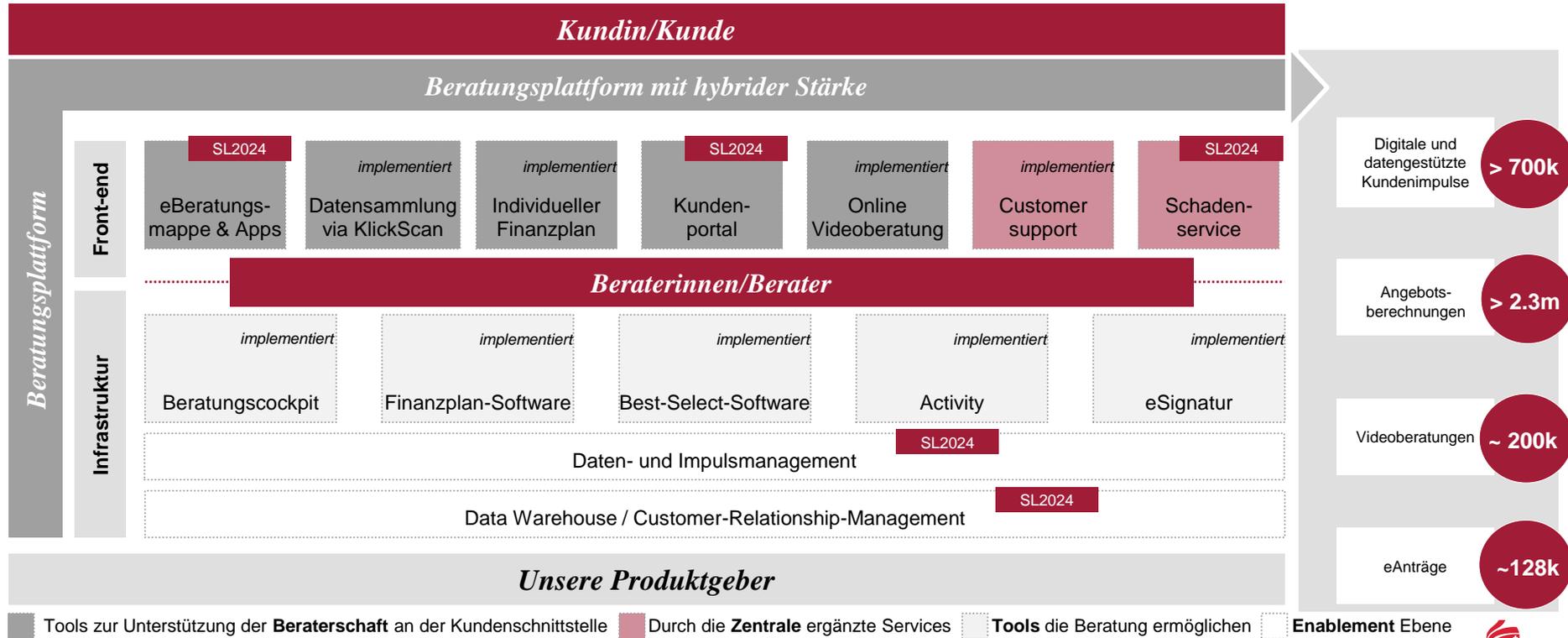
Fee Income EUR m



Beispiel: Kombination aus physischer Beratung, leistungsstarker Tools und digitaler Schnittstellen

Beispiel Finanzberatung

Ausgewählte Tools und Services der Beratungsplattform (vereinfachte Darstellung)



Klarer Fokus auf renditeorientierte, nachhaltige Produkte und Profitabilität

Versicherung

Innovative und moderne Versicherungsprodukte



- Konsequente Ausrichtung auf **renditestarke, profitable Lebensversicherungsprodukte**
- Verstärkter Ausbau **nachhaltiger und ESG-konformer Produkte**
- Ausweitung der Produktangebote über das **Konsortialgeschäft** bei MetallRente, KlinikRente und ChemieRente (AKS Flex)

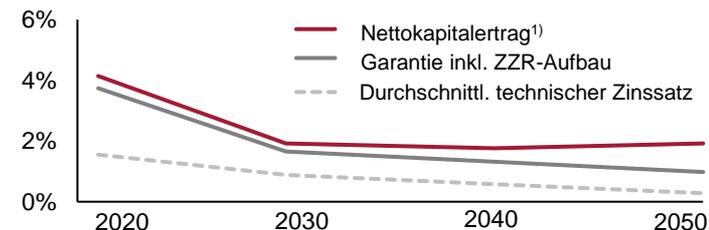
Optimierte Marktbearbeitung



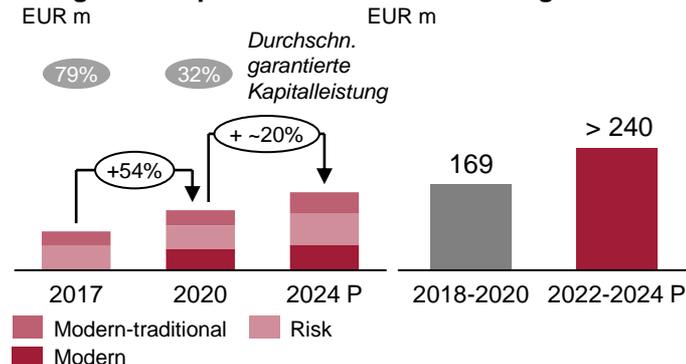
- Optimierung und **Stärkung der Vertriebsbetreuung** im Intermediärvertrieb
- Verbreitung des **Konsortialgeschäfts**
- Datenbasiertes **Customer Relationship Management-System** als führendes Steuerungsinstrument in der Marktbearbeitung
- Umsetzung **skalierbarer Serviceoptimierungen**

Nachhaltige Zinsmarge

In % der gesetzlichen technischen Rückstellungen



Neugeschäftsproduktion Wert des Neugeschäfts



1) Nettokapitalerträge inkl. Realisationen aus festverzinslichen Anlagen für ZZR-Aufbau

Investition von über 50 Mio. Euro in IT-Technologie und Digitalisierung

IT- & Digitalisierung

Modernisierung der IT-Landschaft



- Modernisierung des **Bestands-** und **Angebotssystems** in der Versicherung
- Investition in **Testautomation** und **Cloud** als Enabler für eine effiziente und hoch qualitative Systementwicklung
- **Ablösung von Altsystemen**
- **Prozessharmonisierung und -automatisierung** zur Hebung von Effizienzpotentialen
- **Implementierung von State-of-the-art-Schnittstellen**
- Weitere Effizienzsteigerungen durch **operative Skalierbarkeit** und Wachstum

Ausbau digitaler Technologien mit direktem Kundennutzen



- Ausbau der **automatisierten Antragsstrecke**
- **Entwicklung von Kundentools** (Fondsprozesse)
- Weiterentwicklung der Infrastruktur zur Ermöglichung von „**Self Services**“
- Vervollständigung der **digitalen Prozessstrecken**
- Neue digitale Services für **Vertriebspartner/-innen**

Wir fördern unsere Mitarbeitenden, die Unternehmenskultur und Arbeitgeberpositionierung

Unternehmenskultur

*Kulturreise & New
Work Design*



- **Swiss Life-Kulturreise** für alle Mitarbeitende mit den Themenschwerpunkten **Eigenverantwortung und Vertrauen**
- Flächendeckende Einführung von **Agilität im Projektmanagement** für kundennahe und schnelle Entscheidungsprozesse
- **Swiss Life Way of Work**: Ausbau flexibler Arbeitszeitmodelle, Einführung von Flex Office und modernster Arbeitsumgebungen
- Trainings und Coachings zur Gestaltung der Arbeitswelt der Zukunft
- Förderung von **Diversität** und **Work-Life-Balance** durch Shared Leadership, Mentoringprogramme und Maßnahmen zur Steigerung der Altersdiversität

Nachhaltigkeit ist in unserem Geschäft verankert und ist der Kern unseres Handelns

Nachhaltigkeit ist ein integraler Bestandteil unseres Geschäfts und der Kern unseres Handelns

Unsere Maßnahmen

im Geschäftsverhalten



als Vermögenseigentümerin
und -verwalterin



in der Versicherung
und der Beratung



als Arbeitgeberin



Unser Beitrag



für die Gesellschaft



für das Leben der Menschen



für die Umwelt



Swiss Life unterstützt die Ziele des Pariser Klimaschutzabkommens

Ein verantwortungsbewusstes und nachhaltiges Unternehmen zu sein, ist für uns von zentraler Bedeutung. Es ist für uns entscheidend, frühzeitig und richtig auf Entwicklungen zu reagieren. Dies gilt auch für den Klimawandel – eine der größten Herausforderungen, vor denen wir heute stehen. Wir stehen voll und ganz hinter dem Ziel des Pariser Klimaabkommens von 2015, die globale Erwärmung auf unter 1,5°C zu begrenzen.

Signatory of:



Unsere gruppenweiten Nachhaltigkeitsziele im Kontext von Swiss Life 2024

Unsere Nachhaltigkeitsziele

Geschäftsverhalten

Reduktion der CO₂-Emissionen pro FTE bis 2024 um 35%¹⁾ und Kompensation der Emissionen, um im Betrieb «net-zero» zu erreichen

- **Reisetätigkeit** reduzieren
- **Energieeffizienz** weiter verbessern
- Durch Kompensation aller unvermeidbaren CO₂-Emissionen im eigenen Geschäftsverhalten **Netto-Null im Betrieb** ab 2022

Vermögenseigentümerin und -verwalterin

CO₂-Intensität von direkt gehaltenen Immobilien bis 2030 um 20% reduzieren¹⁾

- Starke **ESG-Integration**: Verantwortungsbewusste Anlagestrategie deckt **90% der verwalteten Vermögen** ab
- Ein starkes **ESG-Risikomanagement** beibehalten sowie Chancen und Lösungen nutzen
- **Wertschriftenportfolio**: CO₂-Intensität im Vergleich zu relevanten Benchmarks geringer halten

Versicherungsprodukte

Angebot von Nachhaltigkeitslösungen ausbauen

- Auf die steigende Marktnachfrage reagieren und **wertschöpfendes Angebot** mit nachhaltigen Lösungen ausbauen
- Nachhaltigkeitskriterien weiterhin in den **Underwriting-Prozess** integrieren

Beratung

Nachhaltigkeit in den Beratungsprozess integrieren

- **Beratungsprozesse** und -instrumente an die steigenden Nachhaltigkeitserwartungen der Kunden anpassen
- Kompetenzen konsequent **stärken** und neue eigene und fremde Nachhaltigkeitsangebote integrieren

¹⁾ Im Vergleich zu 2019

Weiteres ambitioniertes Wachstum und Stärkung der Altersvorsorge bei jungen Menschen

Strategische Positionierung



- Swiss Life Deutschland baut die **Nähe zu ihren Kund/-innen** weiter aus und stärkt die **Altersvorsorge bei jungen Menschen**. Sie sollen ein Leben lang begleitet werden.
- Die **Hybridisierung der Beratung** wird weiter vorangebracht für exzellente Kundenerlebnisse und eine **qualitativ hochwertige Finanzberatung**.
- **Innovative und leistungsstarke Produkte** sorgen für Kundenrenditen und Profitabilität.
- **Nachhaltigkeit** wird systematisch in das Produkt- und Beratungsportfolio integriert, Swiss Life wird **bis 2022 Net-Zero** in den eigenen Betriebsprozessen.

Finanzielle Zielsetzung 2024



Finanzberater/-innen	Fee Income	Neugeschäftsproduktion	Wert des Neugeschäfts**
>6.500 Berater/-innen +9 %*	800-830 Mio. Euro +7-8 %*	>4.700 Mio. Euro +20 %	>240 Mio. Euro +42 %

Alle Werte im Vergleich zu YE 2020; *CAGR; **kumuliert 2022-2024



Wir versichern und beraten
die nächste Generation.

Für ein selbstbestimmtes Leben.

*Wir unterstützen Menschen dabei,
ein selbstbestimmtes Leben zu führen.*

Disclaimer and cautionary statement

This presentation is made by Swiss Life and may not be copied, altered, offered, sold or otherwise distributed to any other person by any recipient without the consent of Swiss Life. Although all reasonable effort has been made to ensure the facts stated herein are accurate and that the opinions contained herein are fair and reasonable, this document is selective in nature and is intended to provide an introduction to, and overview of, the business of Swiss Life. Where any information and statistics are quoted from any external source, such information or statistics should not be interpreted as having been adopted or endorsed by Swiss Life as being accurate. Neither Swiss Life nor any of its directors, officers, employees and advisors nor any other person shall have any liability whatsoever for loss howsoever arising, directly or indirectly, from any use of this information. The facts and information contained herein are as up to date as is reasonably possible and may be subject to revision in the future. Neither Swiss Life nor any of its directors, officers, employees or advisors nor any other person makes any representation or warranty, express or implied, as to the accuracy or completeness of the information contained in this presentation. Neither Swiss Life nor any of its directors, officers, employees and advisors nor any other person shall have any liability whatsoever for loss howsoever arising, directly or indirectly, from any use of this presentation. This presentation may contain projections or other forward-looking statements related to Swiss Life that involve risks and uncertainties. Readers are cautioned that these statements are only projections and may differ materially from actual future results or events. All forward-looking statements are based on information available to Swiss Life on the date of its posting and Swiss Life assumes no obligation to update such statements unless otherwise required by applicable law. This presentation does not constitute an offer or invitation to subscribe for, or purchase, any shares of Swiss Life.

Please note: Sums in this presentation are based on unrounded figures and may not add up due to rounding differences. Furthermore, year-on-year changes are calculated on the basis of unrounded figures.