

Geschäftsbericht Generali Gruppe Schweiz 2014



generalich.ch



Inhalt

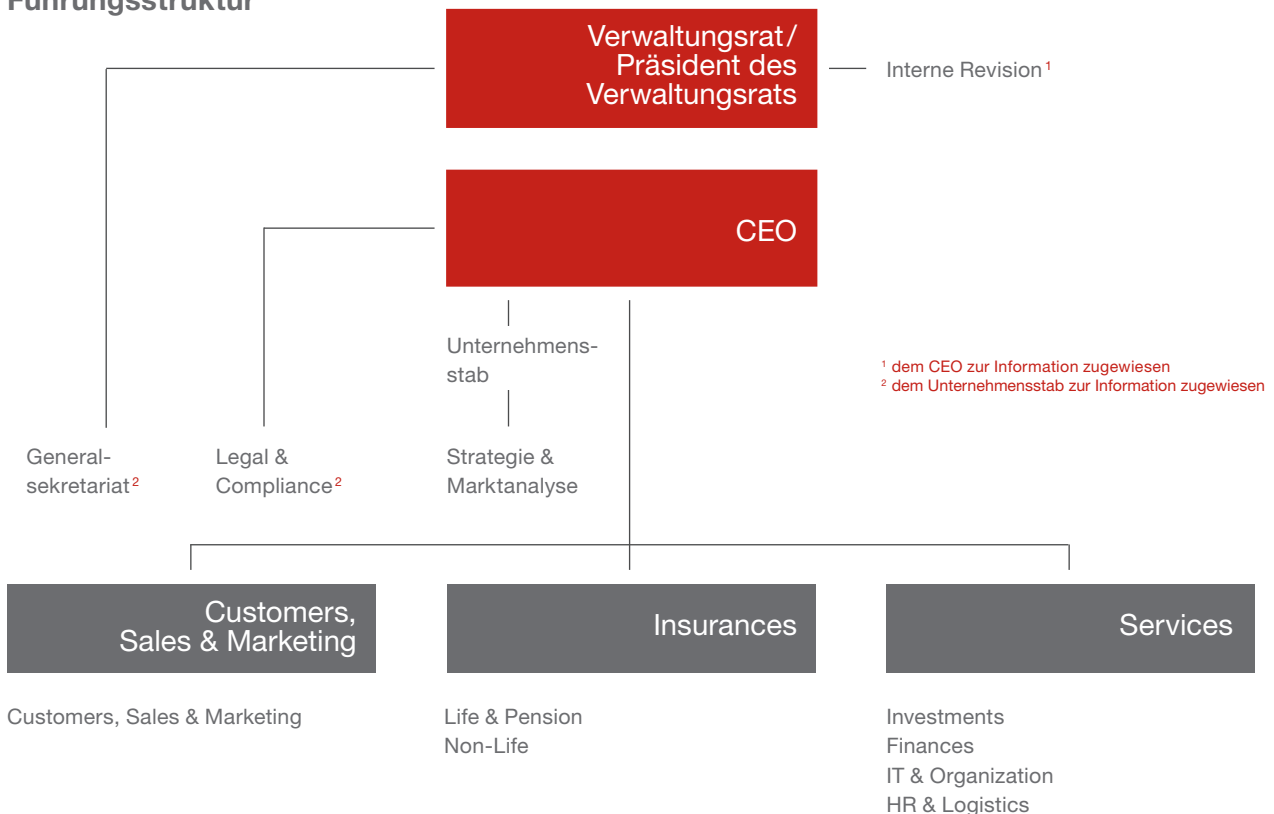
- 4. Generali Gruppe Schweiz**
 - 5. Wichtige Zahlen**
 - 6. Editorial**
 - 8. Geschäftsleitung**
 - 10. Vision, Mission, Werte**
 - 12. Bereichsaktivitäten**
 - 18. Zahlen zum Geschäftsjahr 2014**
 - 19. Kennzahlen der Bereiche**
 - 19.** Lebensversicherung
 - 20.** Nichtlebensversicherung
 - 21.** Kapitalanlagen und Fonds
 - 22. Finanzberichte der wichtigsten Gesellschaften**
 - 22.** Generali Personenversicherungen AG
 - 24.** Generali Allgemeine Versicherungen AG
 - 26.** Generali (Schweiz) Holding AG
 - 28. Impressum**
 - 29. Kontaktadressen**
-

Generali Gruppe Schweiz

Gesellschaftsstruktur* (Stand 31.12.2014)

| Leben | Nichtleben | Kapitalanlagen |
|--|---|--|
| Generali Personenversicherungen AG** Adliswil 99,9 % | Generali Allgemeine Versicherungen AG Nyon 99,9 % | Fortuna Investment AG Adliswil 100 % |
| Fortuna Lebens-Versicherungs AG Vaduz 100 % | Fortuna Rechtsschutz-Versicherungs-Gesellschaft AG Adliswil 100 % | Fortuna Investment AG Vaduz 100 % |

Führungsstruktur



* Als lokale Steuerungs- und Beteiligungsgesellschaft gehört die Generali (Schweiz) Holding AG unter Berücksichtigung direkter und indirekter Beteiligungsrechte zu 99,9 % dem Konzernmutterhaus, der Assicurazioni Generali S.p.A in Triest.

** Die Generali Personenversicherungen AG gehört unter Berücksichtigung direkter und indirekter Beteiligungsrechte zu 99,9 % der Generali (Schweiz) Holding AG.

Wichtige Zahlen

Generali Gruppe Schweiz

| in Mio. CHF | 31.12.2014 | 31.12.2013 | Veränderung |
|----------------------------------|-----------------|-----------------|-------------------|
| Gebuchte Bruttoprämien | 2 188.9 | 2 148.4 | 1,9 % |
| davon Leben | 1 368.8 | 1 307.0 | 4,7 % |
| davon Nichtleben | 820.1 | 841.4 | -2,5 % |
| Kapitalanlagen | 16 025.5 | 14 409.8 | 11,2 % |
| Technische Rückstellungen | 13 573.0 | 12 520.9 | 8,4 % |
| davon Leben | 12 439.9 | 11 418.4 | 8,9 % |
| davon Nichtleben | 1 133.1 | 1 102.5 | 2,8 % |
| Gesamtergebnis | 163.5 | 143.3 | 14,1 % |
| Combined Ratio Nichtleben | 92,7 % | 94,4 % | -1.7 p.p.* |
| Anzahl Mitarbeitende | 2 140 | 2 184 | -2,0 % |
| Innendienst | 1 586 | 1 627 | -2,5 % |
| Aussendienst | 554 | 557 | -0,5 % |

* Prozentpunkte

Editorial

Liebe Kundinnen und Kunden Liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Liebe Leserinnen und Leser

Die Generali Gruppe Schweiz hat ihre Aufgaben im Geschäftsjahr 2014 sowie die Herausforderungen der angespannten Märkte gut gemeistert und ihre Ziele erreicht. Wir verzeichneten ein Wachstum von 14,1 %. Grössere Elementarereignisse blieben aus und wir profitierten entsprechend von der unterdurchschnittlichen Schadenentwicklung.

Mit unserem Gesamtergebnis sind wir sehr zufrieden. In der Lebensversicherung steigerten wir die Bruttoprämien um 4,7 %. Haupttreiber für dieses hervorragende Resultat waren die Einmaleinlagen. In der Sachversicherung optimierten wir mit einem Blick auf die Zukunft unser Portfolio und die Profitabilität. Das ansprechende technische Resultat wiegt die um 2,5 % tieferen Bruttoprämien auf.

Die Anlagemärkte entwickelten sich im Berichtsjahr positiv und unsere Investitionen trugen stark zum guten Resultat bei. Verschärft hat sich die Situation an den Kapitalmärkten mit dem historisch tiefen Zinsniveau. Trotzdem wuchs der Schweizer Finanzsektor stärker als das Bruttoinlandprodukt. Er ist damit weiterhin einer der produktivsten Wirtschaftszweige unseres Landes. Gerade die Versicherungswirtschaft zeigte sich unter den herrschenden Bedingungen als äusserst robust. Dauerhaft gefordert werden die Finanzdienstleister von den nationalen und internationalen Aufsichtsbehörden. Insbesondere die Anpassungen an das US-Steuergesetz FATCA verlangen einen enormen Ressourceneinsatz.

Neben der Regulierung könnten drei wirtschafts- und sozialpolitische Ereignisse weitreichende Folgen für die Zukunft haben: Die Annahme der Masseneinwanderungsinitiative wird die Entwicklung des Arbeitsmarkts und die für die Branche wichtige internationale Mobilität zweifellos beeinflussen. Weiter hat die Nationalbank erstmals Negativzinsen erhoben. Wie sich dies insbesondere auf die Lebensversicherung auswirkt, wird sich noch zeigen. Und letztlich hat die Aufhebung des Euro-Mindestkurses die gesamte Schweizer Wirtschaft in eine schwierige Situation gebracht. Neben erneutem Druck auf die Zinsen wird diese Massnahme unsere Kundinnen und Kunden – vor allem KMU – direkt betreffen.

Stärke durch global führenden Versicherungskonzern

Wir sind als Ländergesellschaft in die Generali Group eingebettet, ein modernes, multinationales und weltweit führendes Versicherungsunternehmen. Die enge Zusammenarbeit innerhalb des Konzerns schafft Vorteile für unsere tägliche Arbeit.

So hat sich unsere seit 2013 aufgebaute Struktur über alle Führungsebenen hinweg bewährt und wir konnten uns 2014 auf die Umsetzung mehrerer Initiativen konzentrieren. Dank der Unterstützung und des Know-hows der Experten des Mutterhauses haben wir unsere Abläufe effizienter und transparenter gestaltet, unser Kapitalmanagement verfeinert sowie unsere Fachkompetenzen in der Versicherungstechnik ausgebaut.

In den Produktbereichen Leben und Nichtleben haben wir die Führungs- und Entscheidungsgrundlagen weiter entwickelt und stärker aufeinander abgestimmt. Damit steigerten wir die Effizienz in den Prozessen und senkten so die Kosten. Bereichsübergreifend haben wir das Kundensegment 50+ ausgebaut. Dies brachte unserem Zentrum für Pensionsplanung ein sehr positives Resultat ein. Unseren Kunden in der Lebensversicherung boten wir trotz des schwierigen Kapitalmarktumfelds eine hohe Sicherheit und ermöglichten ihnen eine gute Wertentwicklung ihrer Einlagen. Mit dem innovativen Vorsorgepaket und der kürzlich lancierten Freizügigkeitspolice konnten wir zudem neue Kunden gewinnen. Bei den Sachversicherungen festigten wir unsere technischen Kompetenzen und stabilisierten die Rentabilität sowie den Kostensatz auf einem konkurrenzfähigen Niveau. Einen grossen Beitrag an die positive Entwicklung leistete die Schadenabteilung, indem sie noch kundenfreundlichere Abläufe einführte.

Somit sind wir mit unseren Entwicklungszielen erfolgreich auf Kurs, sowohl bezüglich der strategischen Verknüpfung mit unserer globalen Gruppe als auch im Rahmen der Umsetzung im Schweizer Markt.

Individuelle Beratung und massgeschneiderte Lösungen

Unsere Fortschritte kommen vor allem unseren Versicherten zugute, die im Zentrum unserer Tätigkeit stehen. Wir beraten jeden Kunden gemäss seinen Bedürfnissen und finden die passendste Lösung für seine individuelle Situation. Als wichtigste Massnahmen diesbezüglich haben wir im Geschäftsjahr 2014 unseren neuen Beratungsansatz eingeführt, eine zentrale Anlaufstelle für Kundenanfragen aufgebaut und relevante Kundendaten digitalisiert. Der schnelle und einfache Informationszugang ist somit allen Mitarbeitenden in der Kundenberatung jederzeit gewährt. Darüber hinaus haben wir unser Agenturnetz erfolgreich neu strukturiert und verfügen nun über eine starke und moderne Aussenorganisation.

Zufriedene Kunden – interne Dienstleister haben grossen Anteil am Erfolg

Mit den umgesetzten Massnahmen in den Bereichen Beratung,

Dienstleistung und Produkte konnten wir im vergangenen Jahr unsere Versicherten auf allen Kanälen viel intensiver betreuen und unsere Serviceleistung steigern. Diese Anstrengungen haben Früchte getragen. Die Kundenzufriedenheit zeigte über das ganze Jahr eine sehr erfreuliche Tendenz. Möglich wurde dieser Erfolg auch durch die enge Zusammenarbeit aller Geschäftsbereiche und insbesondere die hervorragende Unterstützung durch unsere vier internen Dienstleistungsbereiche:

Human Resources & Logistics sind dafür verantwortlich, unseren Teams die besten Arbeitsbedingungen zu bieten. Sie schaffen die Voraussetzungen dafür, dass wir die Fähigkeiten unserer Leute fördern und ihre persönlichen Bedürfnisse optimal mit den geschäftlichen Anforderungen abgleichen können. So führten unsere Personalverantwortlichen erfolgreiche Programme zur Einsteiger- und Talentförderung sowie zur Steigerung von Fach- und Führungskompetenzen ein. Wir versprechen unseren Mitarbeitenden zudem ein kompetitives Salär, gute Zukunftsperspektiven sowie attraktive Berufs- und Freizeitangebote.

Der Finanzbereich übernimmt eine zentrale Koordinations- und Informationsfunktion. Um den steigenden Anforderungen gerecht zu werden, haben wir ihn strukturell und operationell an die globale Gruppe angeglichen. Dadurch verbesserten sich die Berichterstattung und Führungsgrundlagen auf allen Ebenen.

Auch für unsere Investment-Experten ist die sehr enge Zusammenarbeit mit den Anlagespezialisten der globalen Generali Group ein Erfolgsfaktor. Unsere Anlagen entwickelten sich positiv und mit einer guten Durchmischung unseres Portfolios schafften wir es, die tiefen Zinsen zu kompensieren. Für unsere Kunden hat sich vor allem die Einführung von Fonds ausbezahlt, die Kursschwankungen ausgleichen. Die Anleger sind damit vor grösseren Verlusten geschützt und profitieren gleichzeitig vom Aufschwung.

Der vierte Dienstleistungsbereich, IT & Organization, verantwortet die bedeutsame technologische Weiterentwicklung unseres Geschäfts und war in praktisch alle organisatorischen Veränderungen involviert. Zu den wichtigsten Aufgaben im vergangenen Jahr gehörte der Aufbau der vielseitigen Kontaktmöglichkeiten für Kunden. Zudem schlossen unsere IT-Spezialisten die Migration der Systeme auf Open Source-Plattformen ab und planten unseren neuen Onlineauftritt.

Treue Kunden und engagierte Mitarbeitende sind unsere Zukunft

Zum Abschluss eines ereignisreichen Jahres bedanken wir uns einmal mehr bei unseren treuen Kundinnen und Kunden. Ihre Zufriedenheit ist das Hauptziel unserer Anstrengungen. Sie schenken uns tagtäglich ihr Vertrauen und spornen uns mit ihren Rückmeldungen auch immer wieder von neuem an, uns fachlich und persönlich zu entwickeln. Wir versprechen, weiterhin alles daran zu setzen, ihnen die besten Versicherungslösungen und eine qualitativ hochstehende Beratung anzubieten.

Danke sagen wir auch unseren Mitarbeitenden, die sich motiviert, konstruktiv und mit hoher Kadenz an der Entwicklung von Generali beteiligen. Sie haben die doppelte Herausforderung des Tagesgeschäfts unter schwierigen Marktbedingungen und der Neuausrichtung unseres Unternehmens angenommen und angesichts der immer komplexeren Aufgaben sehr gute Leistungen erbracht. Mit dieser konzentrierten und engagierten Arbeit bleiben wir auch in den nächsten Jahren leistungsfähig und kommen unserer Vision Schritt für Schritt näher.

Mario Greco
Präsident des Verwaltungsrats

Alfred Leu
CEO



Peter Herzog, Alfred Leu, René Schmidli, Vincent Brulhart, Dominique Covolo, Bernhard Locher, Jean-Pierre Schmid, Alessio Sarti

Geschäftsleitung

Alfred Leu, Chief Executive Officer, seit 2005

«Wir sind in der glücklichen Lage, unser Geschäft mit einem starken Weltkonzern im Rücken weiter aktiv gestalten zu können. Der internationale Austausch hilft uns, im Bereich unserer Kernkompetenzen noch professioneller zu arbeiten und gibt uns die Chance, uns in einzelnen Fachbereichen zu einem globalen Center of Excellence zu entwickeln. Dies ist insbesondere für jüngere Mitarbeitende ein grosser Ansporn für die Zukunft.»

Peter Herzog, Chief Customers, Sales & Marketing Officer, seit 2006

«Es ist fantastisch, wie gut unsere Kundinnen und Kunden auf die sichtbaren Veränderungen in unserem Unternehmen ansprechen und wie positiv und engagiert unsere Mitarbeitenden die Prozesse mittragen. Wir sind in unserer Entwicklung auf sehr gutem Kurs und ernten die ersten Früchte von zwei Jahren gemeinsamer, harter Arbeit. So können wir weiter mit Elan unser Ziel verfolgen, in unseren Kernmärkten für bestehende und zukünftige Kunden erste Wahl zu sein.»

Bernhard Locher, Chief Life & Pension Officer, seit 2009

«Der Umbruch in unserem Unternehmen deckt sich zeitlich mit einer schwierigen Marktsituation für die Lebensversicherung. Doch gerade in solch anspruchsvollen Zeiten besteht die grosse Chance, sich von anderen Anbietern zu unterscheiden. Wir nutzen die Weiterentwicklung der ganzen Generali Group und machen uns technisch sowie in Bezug auf die Kundenbetreuung fit für die Zukunft.»

Vincent Brulhart, Chief Non-Life Officer, seit 2011

«Unser ganzes Team hat sehr intensiv daran gearbeitet, das Fundament des Bereichs Non-Life zu stärken. Wir sind heute effizienter und profitabler. Das äussert sich im besseren Kostensatz und in einem hochqualitativen Portfolio. Zudem haben wir jetzt die nötigen Instrumente, um unser Geschäft sehr präzise steuern zu können. Das schafft Vertrauen bei unseren Kundinnen und Kunden sowie innerhalb unseres Unternehmens.»

René Schmidli, Chief Investment Officer, seit 2014

«Die Zusammenarbeit mit der Generali Group ist für uns eine grosse Chance. Dank fortschrittlichen Prozessen arbeiten wir professioneller. Wir erhalten zudem Zugang zu vielfältigeren Anlagemöglichkeiten. Unsere Kundinnen und Kunden profitieren dadurch von Angeboten mit einem attraktiven Risiko-/ Ertragsprofil. Mit unseren gut diversifizierten Anlagen helfen wir mit, die anhaltende Tiefzinsphase zu meistern. Wir sind stolz, dass wir damit zum guten Geschäftsergebnis beitragen können.»

Alessio Sarti, Chief Financial Officer, seit 2011

«Der Finanzbereich hat eine zentrale Funktion bei der Entwicklung unserer Gruppenstrategie. Mit unserem gut ausgebildeten und eingespielten Team haben wir eine Reihe von Massnahmen umgesetzt, die uns im unsicheren finanziellen Umfeld Beständigkeit und Solvabilität garantieren. Damit leisten wir einen wertvollen Beitrag zur Sicherheit unseres Geschäfts, was letztlich vor allem im Interesse der Kunden ist.»

Dominique Covolo, Chief Information Technology & Organization Officer, seit 2012

«Ich bin mit meinem Team in alle grösseren Initiativen im Rahmen der strategischen Neugestaltung involviert. Unsere tägliche Motivation ist es, als Dienstleistungsbereich immer die besten Lösungen für unsere Kundinnen und Kunden und unsere Mitarbeitenden bereitzustellen. Mit einer eingeschworenen Gruppe von hoch professionellen Spezialisten an der erfolgreichen Zukunft unseres Unternehmens zu arbeiten, macht Freude.»

Jean-Pierre Schmid, Chief Human Resources & Logistics Officer, seit 2010

«Für uns ist es eine riesige Chance, wenn sich unsere Mitarbeitenden noch mehr als bisher als Botschafter und Promotoren für unser Unternehmen und speziell für Generali als Arbeitgeberin engagieren. Uns attraktiv zu positionieren ist der Schlüssel zu einer erfolgreichen Zukunft und erfordert die entsprechenden Investitionen. Seitens Personalwesen werden wir uns im nächsten strategischen Plan für diese Investitionen einsetzen.»



Vision

Our purpose is to actively protect and enhance people's lives

Mission

Our mission is to be the first choice by delivering relevant and accessible insurance solutions

Werte

Deliver on the promise

Value our people

Live the community

Be open

DELIVER ON THE PROMISE: Wir gehen ein langfristiges Vertrauensverhältnis mit unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Kunden und Stakeholdern ein. Ziel unserer Arbeit ist, das Leben unserer Kunden zu verbessern. Wir verpflichten uns, dieses Versprechen durch Disziplin und Integrität mit Leben zu füllen und so langfristige Beziehungen positiv zu beeinflussen.

VALUE OUR PEOPLE: Wir schätzen unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, fördern Vielfalt und investieren in kontinuierliches Lernen und Wachstum, indem wir ein transparentes, kohäsives und offenes Arbeitsumfeld schaffen. Die Förderung unserer Mitarbeiter wird die Zukunft unseres Unternehmens langfristig sichern.

LIVE THE COMMUNITY: Wir sind stolz, zu einer globalen Gruppe mit starken, nachhaltigen und langfristigen Beziehungen innerhalb aller Märkte zu gehören. Unsere Märkte sind unser Zuhause.

BE OPEN: Wir sind neugierige, offene und fähige Menschen mit einer unvoreingenommenen und vielfältigen Grundhaltung und sind bereit, die Dinge aus unterschiedlichen Perspektiven zu betrachten.

Bereichs- aktivitäten

1

Markt/Vertrieb

Wir sind auf allen Kanälen erreichbar

In unserer Welt im Wandel verändern sich die Informations- und Kommunikationsbedürfnisse der Konsumenten laufend. Das gilt auch für unsere Kundinnen

und Kunden, die für den Kontakt mit uns eine Auswahl von Interaktionsmöglichkeiten erwarten. Wir stärken daher unsere Online-Kanäle und verknüpfen sie konsequent mit den Offline-Angeboten. Einer unserer Schwerpunkte liegt dabei auf der Erstellung interaktiver Plattformen für Kundendienst, Information und Distribution.

Damit stehen unseren Kunden in Zukunft von der persönlichen Beratung bis hin zum mobil abrufbaren Self-Service-Portal alle Optionen offen. Sie finden so schnell die richtigen Informationen und Ansprechpartner, während unsere Mitarbeitenden einfacher und effizienter ihre Dienstleistungen erbringen können.

Wir optimieren unseren Kundenservice

Unsere Kundinnen und Kunden stehen im Zentrum unserer Unternehmensstrategie. Die konstante Weiterentwicklung unserer Dienstleistungen hat daher oberste Priorität. Wir schaffen eine zentrale Anlaufstelle, die alle Anfragen unserer Kunden behandelt. Dies vereinfacht nicht nur den Kontakt mit uns, wir sichern so auch die Qualität bei der Bearbeitung jedes einzelnen Falls. Für unsere Mitarbeitenden ermöglicht die neue Struktur eine ganzheitliche Sicht auf Kundeninteraktionen und damit eine effizientere Betreuung.

Heute erbringen die Agenturen in allen Landesregionen Leistungen für unterschiedliche Anspruchsgruppen, darunter auch den Kundendienst. Das neue Customer Value Center in Adliswil wird in Kürze in Betrieb genommen. Es zentralisiert teilweise den Kundenservice im Bereich Nichtleben und entlastet damit die Agenturen wesentlich.

Wir haben einen innovativen Beratungsansatz

Auf dem Weg zu einem einheitlichen Aussendienst haben wir einen weiteren grossen Schritt gemacht. Wir haben bereits die Hälfte unserer Generalagenturen hinsichtlich unseres neuen

Beratungsansatzes geschult. In dessen Mittelpunkt stehen unsere Kundinnen und Kunden: Wir möchten sie und ihre Bedürfnisse noch besser und ganzheitlicher verstehen. Unser Ziel ist es, ihnen die besten Lösungen anzubieten und im Markt bezüglich Beratung erste Wahl zu sein.

Wir haben uns für die Trainingseinheiten viel Zeit genommen, damit unsere Mitarbeitenden die Beratungsmethodik fundiert kennenlernen konnten. Denn das Auftreten unseres Aussendienstes ist auch in Zukunft unsere wichtigste Visitenkarte. Die ersten Umsetzungen verlaufen sehr erfolgreich und die Ergebnisse werden von den Kunden sichtbar geschätzt. Im Laufe des Jahres 2015 schliessen wir die Schulungen ab und konzentrieren uns danach auf die digitale Umsetzung des neuen Beratungsansatzes.

Wir bieten eine individuelle Pensionsplanung an

Wir begleiten unsere Kundinnen und Kunden ein Leben lang. Kaum eine Lebensphase wirft jedoch so vielschichtige und komplexe Fragen auf wie der dritte Lebensabschnitt. Daher stehen die Experten des Zentrums für Pensionsplanung unseren Kunden schon frühzeitig zur Seite. Die individuelle Beratung und regelmässige Informationsanlässe stellen sicher, dass jeder unserer Versicherten die für ihn passende Lösung findet. Für die weiterhin stark wachsende Generation 50+ ist dies ein zentrales Anliegen.

Unser Zentrum für Pensionsplanung wies auch 2014 eine ungebrochen grosse Nachfrage auf. Nach erfolgreicher Aufbauphase ist unsere Dienstleistung im Markt sehr gut etabliert. Deshalb erweitern wir nun etappenweise unser Expertennetz, um unsere Kunden in Zukunft noch besser beraten zu können.



2 Produkte

Wir optimieren die Ertragsperspektiven unserer Kunden

Trotz tiefem Zinsumfeld und unsicheren Aktienmärkten wollen wir unseren Kundinnen und Kunden in

der Lebensversicherung die bestmögliche Performance ihrer Anlagen ermöglichen. Unsere Investmentspezialisten beobachten die Entwicklungen laufend und reagieren sofort, wenn es die Situation erfordert.

So haben wir 2014 bei Policen älterer Tarifgenerationen die Anlagen angepasst, die Renditen abgesichert und unsere Prozesse vereinfacht. Die Fondsguthaben wurden in volatilitätskontrollierte Anlagepläne umgeschichtet. Indem wir die Anlagen kontinuierlich überprüfen, können wir die Finanzmarktrisiken begrenzen und unsere Kunden an positiven Börsenverläufen teilhaben lassen.

Ein wichtiger Teil dieses Vorgangs war die sorgfältige und zeitnahe Information unserer Kunden und Vertriebspartner. Diese führte zu einem reibungslosen Ablauf der Umstellungen.

Wir stärken unser Angebot für KMU

Ein Fokus der neuen Ausrichtung unserer globalen Gruppe liegt auf kleinen und mittleren Unternehmen. Unser Ziel ist es, das KMU-Segment als strategisch wichtigen Pfeiler zu positionieren. Um unser Angebot kontinuierlich zu stärken, setzen wir eine Reihe von zielgerichteten Massnahmen um.

Konkret überarbeiten wir schrittweise unsere KMU-Produkte und erneuern die entsprechenden Produkt- und Verkaufunterlagen. Zudem bieten wir unseren Mitarbeitenden Aus- und Weiterbildungsangebote im Bereich der KMU-Beratung an und intensivieren die Betreuung durch Fachspezialisten vor Ort. Mit der Lancierung dieser Initiativen stehen wir am Anfang eines drei Jahre dauernden, grundlegenden Wandels im Unternehmenssektor.

Wir optimieren unsere Unternehmensversicherung

Um unser Angebot für KMU zu erweitern, haben wir unsere Unternehmensversicherung MODULA angepasst. Mit diesem modulierbaren Produkt decken wir die wichtigsten Risiken jedes einzelnen KMU-Betriebs ab. Dank neu definierten Risikogruppen und Zielkundensegmenten können wir schnell und einfach eine individuelle Ausprägung des Risikos, das passende Produktpaket und die geeignete Deckungshöhe ermitteln. MODULA kann so noch besser auf die unterschiedlichen Bedürfnisse von Unternehmen in den einzelnen Branchen zugeschnitten werden.

Dank der vereinfachten Offertstellung erhalten unsere Kunden zudem eine noch individuellere und effizientere Beratung.

Die Weiterentwicklung von MODULA führen wir im Jahr 2015 durch gezielte Anpassungen fort. Unser Ziel ist es, unseren Kundinnen und Kunden aus dem Unternehmenssektor auch in Zukunft die besten Versicherungslösungen anbieten zu können.

Wir machen die Erwerbsunfähigkeitsversicherung rentabler

Seit einigen Jahren weist der Schweizer Markt im Bereich Erwerbsunfähigkeitsversicherung eine negative Profitabilitätsentwicklung auf. Im Rahmen unserer strategischen Planung haben wir deshalb einen Initiativenkatalog erstellt, mit dem wir unsere Performance in diesem Bereich verbessern können. Dazu diversifizieren wir unser Portfolio geografisch und in Bezug auf die Typen versicherter Unternehmen. Gleichzeitig sanieren wir existierende Verträge, um eine genügende Rentabilität zu gewährleisten und unsere Effizienz zu steigern.

Ab 2015 arbeiten wir intensiv an der Umsetzung der entworfenen Initiativen. Unser Ziel ist es, unsere Resultate im Bereich der Erwerbsunfähigkeitsversicherung noch vor Ablauf des Jahres nachhaltig zu verbessern.

Wir bieten unseren Kunden eine einzigartige Vorsorgelösung

Das Jahr 2014 hat die Schweizer Lebensversicherer vor grosse Herausforderungen gestellt. Trotz der ungünstigen Marktbedingungen konnten wir den Bedürfnissen unserer Kundinnen und Kunden im Bereich der privaten Vorsorge vollumfänglich gerecht werden. Dies gelang uns mit der konsequenten Anwendung unseres ganzheitlichen Beratungsansatzes und einer individuellen Vorsorgelösung: dem GENERALI Vorsorgepaket.

Dieses exklusive Angebot verbindet alle zentralen Elemente der Vorsorge in einem Produkt und ist dank dem einzigartigen Paketbonus preislich äusserst attraktiv. Unsere Kunden profitieren von einem gezielten Vermögensaufbau und dem Schutz vor den bedeutendsten Lebensrisiken. Ein weiterer Bestandteil des Pakets ist die frühzeitig ausbezahlte Todesfalleistung als Invaliditätskapital bei einer Lebenserwartung von weniger als einem Jahr infolge Krankheit oder Unfall. Mit umfassenden Leistungen bieten wir unseren Kunden so die ideale Vorsorgelösung.

3

Gruppe/ International

Wir vereinheitlichen unsere Investmentstrategie

Im Anlagebereich arbeiten wir eng mit der globalen Generali Group und anderen europäischen Ländergesellschaften zusammen. Dazu

bauen wir eine gemeinsame Investment-Plattform auf. Diese ermöglicht es uns, weltweit konsistente Modelle für das Asset and Liability Management sowie für die strategische Asset Allocation einzuführen. Das Ziel ist es, einheitliche Grundlagen und Prozesse für Investitionsentscheidungen und Risikokontrollen auf der internationalen wie auf der lokalen Ebene bereitzustellen.

Die Plattform wurde im vergangenen Jahr entwickelt und wird bei uns bis Mitte 2015 in einem Pilotprojekt getestet. Wir erwarten, dass wir die Anwendung im vierten Quartal produktiv einsetzen können.

Wir erfüllen die Anforderungen des US-amerikanischen Steuergesetzes

Das US-Steuergesetz «Foreign Account Tax Compliance Act» (FATCA) ist am 1. Juli 2014 in Kraft getreten. Es erlaubt der Steuerbehörde «Internal Revenue Service» (IRS) die Besteuerung aller ausserhalb der USA gehaltenen Vermögen und Einkünfte von Personen, die in den USA steuerpflichtig sind. Als Finanzdienstleister müssen wir entsprechende Kundenbeziehungen melden.

Dazu haben wir unsere Prozesse mit umfangreichen Projekten rechtzeitig angepasst und unsere Kundinnen und Kunden nach bestimmten Kriterien auf ihre US-Steuerpflicht überprüft. Wo nötig, wurden die Kunden kontaktiert, damit eine eindeutige Klassifizierung vorgenommen werden konnte. Im Frühjahr 2015 erfolgt die erste Berichterstattung an den IRS. Die betroffenen Personen werden separat darüber informiert, welche Daten wir weitergeben.

Unser Unternehmen ist heute vollständig FATCA-konform und beim IRS registriert.



4

Interne
Prozesse**Wir verbessern unsere finanzielle Berichterstattung**

Wir haben hohe Ansprüche an unsere interne und externe finanzielle Berichterstattung. Deshalb haben wir zum Jahresbeginn 2014 die

Arbeitsabläufe im Berichtswesen auf das Optimum reduziert. Dadurch konnten wir die Qualität der Finanzinformationen für den Konzern, die Geschäftsleitung und die Aufsichtsbehörde erhöhen. Die implementierte Lösung hat sich im Laufe des Jahres hervorragend bewährt und für unsere Finanzberichte einen hohen Standard gesetzt.

Ausserdem haben wir in diesem Jahr die Implementierung einer länderübergreifenden Plattform eingeleitet. Damit wird die Konsolidierung der finanziellen Berichterstattung und derjenigen zu Solvency II (Pillar 3) zu grossen Teilen automatisiert. Dies vereinfacht die Prozesse und erlaubt einen präzisen Vergleich der Berichterstattung auf Konzernebene.

Wir vereinfachen unsere Prozesse dank digitaler Datenerfassung

Im Einklang mit unserer globalen Unternehmensstrategie haben wir eine neue Infrastruktur aufgebaut, mit der wir eingehende Kundendokumente digitalisieren und zentral archivieren. Damit automatisieren und vereinfachen wir unsere Abläufe. Anfang 2014 haben wir in enger Zusammenarbeit mit unseren Partnern die Anforderungen an das zentrale Archiv festgelegt, seine künftige Struktur definiert und das System entwickelt. Nach einer erfolgreichen Testphase im zweiten Halbjahr steht die Infrastruktur nun bereit.

Innerhalb der nächsten drei Jahre werden die Dokumente der Fachbereiche etappenweise digitalisiert. In diesen Anschlussprojekten passen wir unsere Systeme und Prozesse den neuen Herausforderungen an. Wir erwarten von den Neuerungen eine deutliche Effizienzsteigerung sowie Platzeinsparungen bei unseren Ablagesystemen.

Wir bearbeiten Kundenanliegen schneller

Um unsere Mitarbeitenden zu entlasten, vereinfachen wir den Umgang mit gedruckter Korrespondenz. Seit November 2014 erfolgen Briefsendungen aus dem Bereich Life & Pension an unsere Anspruchsgruppen ausschliesslich über einen externen Partner. Dies betrifft hauptsächlich standardisierte Massensendungen. So müssen Dokumente nicht mehr am Arbeitsplatz ausgedruckt und manuell kuvertiert werden. Wir erreichen damit eine wesentlich effizientere und einheitlichere Fallbearbeitung.

Im Jahr 2015 gehen wir noch einen Schritt weiter. Wir führen einen Mechanismus für die Genehmigung von Dokumenten ein, die aufgrund interner Richtlinien kontrolliert werden müssen. Damit erreichen wir eine raschere Bearbeitungszeit, was letztlich unseren Kunden zugutekommt.

Wir verbessern unsere Performance im Leistungsbereich

Mit gezielten Initiativen im Bereich Claims Non-Life konnten wir 2014 den Schadenaufwand erheblich senken. Wir haben damit entscheidend zur Verbesserung des Gesamtergebnisses der Generali Gruppe Schweiz beigetragen. Dank der guten Leistungen in den letzten zwei Jahren haben wir unsere geplanten Einsparungen deutlich übertroffen. Als Folge davon werden wir unsere jährlichen Effizienz-Ziele bis 2017 nochmals markant erhöhen können.

Um dieses ambitionierte Vorhaben zu erreichen, intensivieren wir die internationale Zusammenarbeit mit der globalen Generali Group. Gleichzeitig arbeiten im Competence Center Claims die nationalen Abteilungen Betrugsbekämpfung, Fahrzeugexperten und Recovery noch enger als Einheit zusammen und werden personell verstärkt.



5 Human Resources

Wir fördern Talente

Wir investieren in die nachhaltige Förderung und das kontinuierliche Lernen unserer Mitarbeitenden. Mit der Identifikation von Talenten schaffen wir auf nationaler wie globaler Ebene die

Grundlage für eine zielgerichtete, bereichsübergreifende Karriere- und Nachfolgeplanung. Das sichert die Zukunft unseres Unternehmens und zeigt unsere Wertschätzung für unser Personal.

In einem strukturierten Prozess evaluieren wir die Stärken unserer Mitarbeitenden und identifizieren Möglichkeiten für ihre individuelle Entwicklung. Auf dieser Basis definieren wir gemeinsam die persönlichen Ziele und die langfristige Karriereplanung. Im vergangenen Jahr haben wir den Prozess erfolgreich eingeführt. 2015 bauen wir unser Talentmanagement in enger Zusammenarbeit mit der Generali Group auf globaler Ebene weiter aus.

Wir investieren in unsere Mitarbeitenden

Kompetenzentwicklung ist ein wichtiger Baustein zur Erfüllung wachsender Kundenansprüche und im Umgang mit immer komplexeren Produkten. Wir investieren deshalb viel in die Weiterbildung unserer Mitarbeitenden.

Um das erlangte Wissen intern wie extern besser sichtbar zu machen und zu vereinheitlichen, nutzen wir das Attestierungssystem Cicero. Damit können unsere Aussendienstmitarbeitenden und Vertriebspartner ihre erfolgreich absolvierten Weiterbildungsprogramme und Trainings zentral akkreditieren lassen und gegenüber unseren Kundinnen und Kunden ausweisen.

Cicero ist eine Initiative des Schweizer Versicherungsverbandes SVV. Durch den gemeinsamen Qualitätsstandard entsteht im Markt ein schweizweit anerkanntes Gütesiegel. Mit der Umsetzung von Cicero ab 2015 geben wir unseren Kunden die Sicherheit, dass sie von unseren Mitarbeitenden kompetent und auf der Basis einer fundierten Aus- und Weiterbildung beraten werden.





Zahlen zum Geschäftsjahr 2014

Kennzahlen der Bereiche¹

LEBENSVERSICHERUNG

| in Mio. CHF | 31.12.2014 | 31.12.2013 | Veränderung |
|--|----------------|----------------|-----------------|
| Gebuchte Bruttoprämien total | 1 368.8 | 1 307.0 | 4,7 % |
| davon: | | | |
| Fondsgebundene Lebensversicherung | 898.5 | 934.6 | -3,9 % |
| davon mit laufender Prämie | 879.0 | 920.3 | -4,5 % |
| davon mit Einmalprämie | 19.5 | 14.3 | 36,3 % |
| Konventionelle Lebensversicherung | 470.3 | 372.4 | 26,3 % |
| davon mit laufender Prämie | 373.2 | 355.4 | 5,0 % |
| davon mit Einmalprämie | 97.1 | 16.9 | 473,3 % |
| Annual premium equivalent | 70.5 | 76.3 | -7,7 % |
| New business value | 35.5 | 33.8 | 5,0 % |
| New business margin | 50,4 % | 44,3 % | 6.1 p.p. |

Bruttoprämien

Im Geschäftsjahr 2014 verzeichneten wir bei der Lebensversicherung einen Prämienanstieg von 4,7 %. Dieses erfreuliche Wachstum ist auf den erfolgreichen Absatz von Produkten mit Einmalprämien zurückzuführen. Dazu gehören insbesondere die Freizügigkeitspolice sowie der Auszahlungsplan und die Einmalprämienversicherung INVESTA One, die insgesamt CHF 115 Mio. zum Prämienvolumen beigetragen haben. Mit einem Anteil von über 66 % an den gesamten Prämieinnahmen ist die fondsgebundene Lebensversicherung nach wie vor die Haupteinnahmequelle im Lebensversicherungsgeschäft. Dank der starken Einmaleinlagen konnten wir deren Diversifikationsgrad noch weiter erhöhen. Im Bereich der konventionellen Lebensversicherung mit laufender Prämie wuchs das Volumen trotz weiterhin tiefem Zinsumfeld um 5,0 % auf CHF 373.2 Mio.

Annual premium equivalent

Annual premium equivalent (APE) ist eine Kennzahl, die es uns ermöglicht, Prämieinnahmen des Neugeschäfts aus Einmaleinlagen und aus laufenden Prämien zusammenzufassen. Dabei werden zu den laufenden Prämien 10 % der Einmalprämien addiert. Das starke Wachstum im Einmaleinlagengeschäft konnte den Rückgang der Bruttoprämien in der fondsgebundenen Lebensversicherung mit laufender Prämie nicht kompensieren. Dies widerspiegelt sich in einer Reduktion der APE um 7,7 %.

New Business Value

Der New Business Value (NBV) stieg dank verschiedener Massnahmen um erfreuliche 5,0 % auf CHF 35.5 Mio. Wir reduzierten in der Lebensversicherung die Verwaltungskosten und dank diszipliniertem Underwriting konnten wir einzelne Parameter zur Berechnung des NBV anpassen. Dies schlägt sich auch auf die New Business Margin (NBM) nieder, insbesondere bei der konventionellen Lebensversicherung. Die NBM des Gesamtbestands verbesserte sich trotz des weiterhin tiefen Zinsniveaus um 6.1 Prozentpunkte (p.p.) auf 50,4 %.

¹ aggregierte Kennzahlen IFRS

NICHTLEBENSVERSICHERUNG

| in Mio. CHF | 31.12.2014 | 31.12.2013 | Veränderung |
|--------------------------------------|--------------|--------------|------------------|
| Gebuchte Bruttoprämien total | 820.1 | 841.4 | -2,5% |
| davon: | | | |
| Motorfahrzeugversicherung | 373.3 | 390.6 | -4,4% |
| Sach- und Unternehmensversicherungen | 236.4 | 237.9 | -0,6% |
| Kranken- und Unfallversicherung | 206.1 | 209.5 | -1,7% |
| Industrierversicherung | 4.4 | 3.4 | 28,3% |
| Combined Ratio | 92,7% | 94,4% | -1,7 p.p. |
| davon Schadensatz netto | 70,2% | 69,3% | 0,9 p.p. |
| davon Kostensatz netto | 22,6% | 25,1% | -2,5 p.p. |

Bruttoprämien

Insgesamt verzeichneten wir 2014 bei den Sachversicherungen 2,5 % weniger Prämieeinnahmen. Die Motorfahrzeugversicherung, mit einem Anteil von 46 % an den gesamten Prämieeinnahmen die bedeutendste Branche im Bereich Nichtleben, verringerte sich um 4,4 %. Dies ist hauptsächlich auf die Bereinigung des Portfolios zurückzuführen. Dank der Anpassungen der Tarife im Motorfahrzeugbereich sind wir aber gut für die Zukunft gerüstet – die Prämieeinnahmen auf dem Bestand zeigen einen positiven Trend und stimmen uns zuversichtlich für das künftige Wachstum. Bei den anderen Sparten erreichte das Prämienvolumen etwa die Höhe des Vorjahres. Bei der Kranken- und Unfallversicherung stellten wir im Einklang mit unserer Strategie die zukünftige Profitabilität in den Vordergrund und bremsten das bisherige starke Wachstum etwas ab.

Combined Ratio

Die Fokussierung auf die Profitabilität zeigt sich auch bei der Combined Ratio, die wir um 1,7 p.p. auf den tiefen Stand von 92,7 % senken konnten. Die unternommenen Anstrengungen äusserten sich insbesondere in der Senkung des Kostensatzes um 2,5 p.p. auf 22,6 %.

KAPITALANLAGEN UND FONDS

| zu Marktwerten in Mio. CHF | | | 2014 | | | 2013 | Veränderung |
|--|-----------------|----------------|-----------------|-----------------|----------------|-----------------|---------------|
| | Leben | Nichtleben | Total | Leben | Nichtleben | Total | |
| Liegenschaften | 786.6 | 509.2 | 1 295.8 | 824.3 | 501.8 | 1 326.1 | -2,3 % |
| Hypotheken | 494.6 | 125.7 | 620.3 | 448.2 | 122.0 | 570.2 | 8,8 % |
| Obligationen | 3 625.1 | 868.0 | 4 493.1 | 3 212.9 | 781.0 | 3 993.9 | 12,5 % |
| Aktien | 182.8 | 151.9 | 334.6 | 138.5 | 150.8 | 289.3 | 15,7 % |
| Geldmarkt | 211.4 | 24.8 | 236.1 | 177.0 | 158.4 | 335.4 | -29,6 % |
| Derivate | 618.5 | - | 618.5 | 232.9 | - | 232.9 | 165,5 % |
| Andere | 49.3 | 80.5 | 129.8 | 55.5 | 101.5 | 157.0 | -17,3 % |
| Total | 5 968.3 | 1 760.1 | 7 728.4 | 5 089.4 | 1 815.5 | 6 904.9 | 11,9 % |
| Anteilscheine fondsgebundene Lebensvers. | 8 297.1 | - | 8 297.1 | 7 504.9 | - | 7 504.9 | 10,6 % |
| Gesamttotal | 14 265.3 | 1 760.1 | 16 025.5 | 12 594.3 | 1 815.5 | 14 409.8 | 11,2 % |

Unser Gesamtbestand an Kapitalanlagen zu Marktwerten erhöhte sich im Jahr 2014 um 11,2% von CHF 14.4 Mrd. auf CHF 16.0 Mrd. Davon entfielen 48,2% auf konventionelle Kapitalanlagen und 51,8% auf Anlagen für fondsgebundene Lebensversicherungen.

Der Bestand an konventionellen Anlagen stieg im Berichtsjahr auf CHF 7.7 Mrd. (+ 11,9%) an. Um die Rendite weiter zu optimieren, haben wir risikoreichere Anlagen ausgebaut. Insbesondere investierten wir mehr in Obligationen und Obligationenfonds.

Die Anlagen für fondsgebundene Lebensversicherungen nahmen um 10,6% auf CHF 8.3 Mrd. zu. Dies ist einerseits auf organisches Wachstum und andererseits, bedingt durch die internationale negative Zinsentwicklung, auf die starke Marktwertenerhöhung bei Obligationen zurückzuführen. Gleichzeitig führte die gute Performance der Aktienmärkte zu einem Wachstum in den Aktienfonds.

Der Total Return on Investments für die gesamten Kapitalanlagen betrug im Berichtsjahr 5,7% und entsprach damit exakt der Benchmark. Sinkende Zinsen führten zu einem starken Rückgang der erwarteten Renditen, dafür gewann der Swiss Bond Index 9,5%. Als Kompensation für die sinkende Rendite auf dem Schweizer und dem europäischen Bond Markt haben wir unseren Aktienanteil vergrößert, die durchschnittliche Duration im Obligationenportfolio während des Jahres erhöht und unsere Investitionsstrategie erweitert. Des Weiteren haben wir verstärkt in US-Dollar auf dem Bondfund-Markt sowie in Papiere aus Emerging Markets investiert. Die weiterhin gute Performance der Liegenschaften und Hypotheken trug ebenfalls dazu bei, unter noch schwierigeren Marktbedingungen als im Vorjahr ein insgesamt sehr gutes operatives Ergebnis zu erzielen.

Finanzberichte der wichtigsten Gesellschaften²

GENERALI PERSONENVERSICHERUNGEN AG

Bilanz

| in Mio. CHF | 31.12.2014 | 31.12.2013 |
|--|-----------------|-----------------|
| Aktiven | | |
| Finanzanlagen | 3 898.9 | 3 488.4 |
| Liegenschaften | 735.3 | 738.7 |
| Kapitalanlagen für fondsgebundene Lebensversicherung | 8 036.3 | 7 201.9 |
| Aktivierete Abschlusskosten | 795.4 | 839.1 |
| Total Anlagevermögen | 13 465.9 | 12 268.1 |
| Flüssige Mittel ³ | 720.8 | 487.3 |
| Forderungen aus dem Versicherungsgeschäft | 20.9 | 22.4 |
| Andere Forderungen | 13.1 | 13.3 |
| Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen | 5.6 | 14.0 |
| Rechnungsabgrenzung | 42.6 | 43.2 |
| Total Umlaufvermögen | 803.0 | 580.1 |
| Total Aktiven | 14 268.9 | 12 848.2 |
| Passiven | | |
| Verbindlichkeiten aus dem Versicherungsgeschäft | 168.9 | 149.5 |
| Andere kurzfristige Verbindlichkeiten ³ | 647.1 | 270.5 |
| Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen | 58.2 | 63.4 |
| Rechnungsabgrenzung | 58.2 | 46.9 |
| Technische Rückstellungen | 3 592.8 | 3 399.0 |
| Versicherungstechnische Rückstellungen für fondsgebundene Lebensversicherung | 7 950.8 | 7 168.9 |
| Gutgeschriebene Überschussanteile der Versicherten | 133.1 | 139.9 |
| Rückstellung für die künftige Überschussbeteiligung der Versicherten | 19.0 | 19.2 |
| Andere langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen | 183.9 | 175.1 |
| Nachrangiges Darlehen gegenüber verbundenen Unternehmen | 235.8 | 240.6 |
| Total Fremdkapital | 13 047.7 | 11 673.0 |
| Aktienkapital | 106.9 | 106.9 |
| Allgemeine gesetzliche Reserve | 51.5 | 51.5 |
| Reserven aus Kapitaleinlagen | 522.7 | 522.7 |
| Freie Reserven | 43.0 | 43.0 |
| Gewinnvortrag aus dem Vorjahr | 400.9 | 376.1 |
| Gewinn des Geschäftsjahrs | 96.3 | 75.0 |
| Total Eigenkapital | 1 221.2 | 1 175.2 |
| Total Passiven | 14 268.9 | 12 848.2 |

² statutarische Jahresrechnungen

³ inklusive Cash Collateral für Absicherungsgeschäfte

Erfolgsrechnung

| in Mio. CHF | 2014 | 2013 |
|---|-----------------|-----------------|
| Bruttoprämien | 1 253.5 | 1 178.1 |
| In Rückversicherung abgegeben | -18.1 | -21.0 |
| Veränderung der Prämienüberträge | -0.4 | -0.5 |
| Verdiente Prämien | 1 235.0 | 1 156.6 |
| Versicherungsleistungen (brutto) | -582.1 | -530.6 |
| Anteil Rückversicherung an Versicherungsleistungen | 9.6 | 7.7 |
| Veränderung versicherungstechnische Rückstellungen (brutto) | -968.6 | -661.4 |
| Anteil Rückversicherung an versicherungstechnischen Rückstellungen | -1.0 | -1.2 |
| Entnahme aus den Rückstellungen für die künftige Überschussbeteiligung der Versicherten | 9.5 | 9.8 |
| Versicherungstechnischer Aufwand | -1 532.7 | -1 175.7 |
| Abschlusskosten ⁴ | -148.2 | -137.8 |
| Personal-/Verwaltungsaufwand ⁴ | -54.7 | -86.8 |
| Kosten | -202.9 | -224.6 |
| Kapitalerträge | 209.8 | 189.5 |
| Aktivzinsen | 3.3 | 3.4 |
| Gewinne auf Veräusserung von Kapitalanlagen | 26.6 | 48.1 |
| Buchmässige Gewinne auf Kapitalanlagen | 445.3 | 169.3 |
| Sonstiger Ertrag | 47.8 | 44.1 |
| Passivzinsen | -19.9 | -21.6 |
| Aufwendungen für Kapitalanlagen | -18.3 | -25.8 |
| Abschreibungen auf Kapitalanlagen | -49.0 | -56.1 |
| Sonstiger Aufwand | -2.9 | -0.6 |
| Veränderung finanzielle Rückstellungen | -9.6 | 0.2 |
| Finanzielles Ergebnis | 633.2 | 350.4 |
| Gesamtergebnis vor Steuern | 132.6 | 106.6 |
| Kapital- und Ertragssteuern | -26.8 | -21.3 |
| Gesamtergebnis | 105.8 | 85.3 |
| Zuweisung an die Rückstellungen für die künftige Überschussbeteiligung der Versicherten | -9.5 | -10.3 |
| Gewinn des Geschäftsjahrs | 96.3 | 75.0 |

⁴ 2014 wurde eine neue Kostenverteilungsmethode innerhalb der Generali Gruppe Schweiz eingeführt. Diese beinhaltet unter anderem ein Kostenpooling bei der Generali Personenversicherungen AG mit anschliessender Verrechnung an alle Gesellschaften, eine Überprüfung der Kostenschlüssel und eine teilweise Verlagerung einzelner Gemeinkosten an den Schadenaufwand. Ein Vorjahresvergleich ist deshalb nicht möglich.

GENERALI ALLGEMEINE VERSICHERUNGEN AG

Bilanz

| in Mio. CHF | 31.12.2014 | 31.12.2013 |
|--|----------------|----------------|
| Aktiven | | |
| Finanzanlagen | 1 413.9 | 1 448.7 |
| Liegenschaften | 265.7 | 267.1 |
| Sachanlagen | 1.1 | 0.0 |
| Total Anlagevermögen | 1 680.7 | 1 715.8 |
| Flüssige Mittel | 209.2 | 163.5 |
| Forderungen aus dem Versicherungsgeschäft | 34.9 | 19.5 |
| Andere Forderungen | 4.1 | 2.8 |
| Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen | 0.7 | 17.5 |
| Rechnungsabgrenzung | 9.2 | 9.0 |
| Total Umlaufvermögen | 258.1 | 212.3 |
| Total Aktiven | 1 938.8 | 1 928.1 |
| Passiven | | |
| Verbindlichkeiten aus dem Versicherungsgeschäft | 10.8 | 8.8 |
| Andere kurzfristige Verbindlichkeiten | 32.5 | 3.9 |
| Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen ⁵ | 83.5 | 106.4 |
| Rechnungsabgrenzung | 222.6 | 242.2 |
| Technische Rückstellungen | 1 090.6 | 1 089.6 |
| Andere langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen | 171.8 | 213.3 |
| Total Fremdkapital | 1 611.8 | 1 664.3 |
| Aktienkapital | 27.3 | 27.3 |
| Allgemeine gesetzliche Reserve | 33.2 | 33.2 |
| Freie Reserven | 107.0 | 107.0 |
| Gewinnvortrag aus dem Vorjahr | 71.2 | 2.3 |
| Gewinn des Geschäftsjahrs | 88.2 | 93.9 |
| Total Eigenkapital | 327.0 | 263.8 |
| Total Passiven | 1 938.8 | 1 928.1 |

⁵ 2014 wurde eine neue Kostenverteilungsmethode innerhalb der Generali Gruppe Schweiz eingeführt. Diese beinhaltet unter anderem ein Kostenpooling bei der Generali Personenversicherungen AG mit anschliessender Verrechnung an alle Gesellschaften, eine Überprüfung der Kostenschlüssel und eine teilweise Verlagerung einzelner Gemeinkosten an den Schadenaufwand. Ein Vorjahresvergleich ist deshalb nicht möglich.

Erfolgsrechnung

| in Mio. CHF | 2014 | 2013 |
|--|---------------|---------------|
| Bruttoprämien | 787.5 | 808.0 |
| In Rückversicherung abgegeben | -72.7 | -76.8 |
| Veränderung der Prämienüberträge | 0.7 | 0.8 |
| Verdiente Prämien | 715.5 | 732.0 |
| Versicherungsleistungen (brutto) | -563.2 | -593.2 |
| Anteil Rückversicherung an Versicherungsleistungen | 50.6 | 67.6 |
| Veränderung versicherungstechnische Rückstellungen (brutto) | 7.1 | 7.3 |
| Anteil Rückversicherung an versicherungstechnischen Rückstellungen | -6.2 | 11.9 |
| Versicherungstechnischer Aufwand | -511.7 | -506.4 |
| Abschlusskosten ⁵ | -120.2 | -144.2 |
| Verwaltungskosten ⁵ | -44.1 | -50.1 |
| Kosten | -164.2 | -194.3 |
| Kapitalerträge | 59.0 | 46.8 |
| Aktivzinsen | 0.1 | 0.1 |
| Gewinne auf Veräusserung von Kapitalanlagen | 13.0 | 6.7 |
| Buchmässige Gewinne auf Kapitalanlagen | 16.3 | 44.9 |
| Sonstiger Ertrag | 1.3 | 0.8 |
| Passivzinsen | -2.6 | -2.7 |
| Aufwendungen für Kapitalanlagen | -6.1 | -2.1 |
| Abschreibungen auf Kapitalanlagen | -17.7 | -2.1 |
| Sonstiger Aufwand | -10.8 | -3.9 |
| Veränderung finanzielle Rückstellungen | 20.0 | 0.0 |
| Finanzielles Ergebnis | 72.6 | 88.6 |
| Gesamtergebnis vor Steuern | 112.2 | 119.9 |
| Kapital- und Ertragssteuern | -24.0 | -26.0 |
| Gewinn des Geschäftsjahrs | 88.2 | 93.9 |

GENERALI (SCHWEIZ) HOLDING AG**Bilanz**

| in Mio. CHF | 31.12.2014 | 31.12.2013 |
|---|----------------|----------------|
| Aktiven | | |
| Flüssige Mittel und Festgelder | 30.9 | 23.5 |
| Wertschriften | 0.0 | 0.0 |
| Forderungen | 0.2 | 1.0 |
| Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen | 0.1 | 2.4 |
| Rechnungsabgrenzung | 67.9 | 73.4 |
| Total Umlaufvermögen | 99.1 | 100.3 |
| Beteiligungen | 1 474.5 | 1 474.5 |
| Nachrangige Darlehen an verbundene Unternehmen | 235.8 | 240.6 |
| Total Anlagevermögen | 1 710.3 | 1 715.1 |
| Total Aktiven | 1 809.4 | 1 815.4 |
| Passiven | | |
| Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten | 0.0 | 1.7 |
| Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen | 0.4 | 0.0 |
| Darlehen von verbundenen Unternehmen | 50.0 | 60.0 |
| Darlehen von nahestehenden Unternehmen | 487.9 | 495.9 |
| Rückstellungen | 76.5 | 73.4 |
| Rechnungsabgrenzung | 12.0 | 13.0 |
| Total Fremdkapital | 626.8 | 644.0 |
| Aktienkapital | 4.3 | 4.3 |
| Allgemeine gesetzliche Reserve | 225.6 | 225.6 |
| Reserven aus Kapitaleinlagen | 487.0 | 487.0 |
| Freie Reserven | 136.5 | 136.5 |
| Gewinnvortrag aus dem Vorjahr | 268.0 | 243.8 |
| Gewinn des Geschäftsjahrs | 61.1 | 74.3 |
| Total Eigenkapital | 1 182.5 | 1 171.4 |
| Total Passiven | 1 809.4 | 1 815.4 |

Erfolgsrechnung

| in Mio. CHF | 2014 | 2013 |
|-----------------------------------|--------------|--------------|
| Ertrag | | |
| Beteiligungsertrag | 67.8 | 72.6 |
| Wertschriftenertrag und Zinsen | 15.2 | 17.3 |
| Entnahme aus Rückstellung | 0.0 | 11.0 |
| Total Ertrag | 83.0 | 100.9 |
| Aufwand | | |
| Zinsaufwand | -16.3 | -22.7 |
| Verwaltungsaufwand | -2.0 | -1.7 |
| Zuweisung an Rückstellung | -3.1 | 0.0 |
| Total Aufwand | -21.4 | -24.4 |
| Gesamtergebnis vor Steuern | 61.5 | 76.5 |
| Kapital- und Ertragssteuern | -0.4 | -2.2 |
| Gewinn des Geschäftsjahrs | 61.1 | 74.3 |

Impressum

Herausgeberin

Generali (Schweiz) Holding AG
Soodmattenstrasse 10
8134 Adliswil 1
Telefon +41 58 472 40 40
Telefax +41 58 472 44 25
info.ch@generali.com
generali.ch

Gestaltung und Realisation

Oberbeck AG, Zürich

Fotografie

Titelseite: Monashee Frantz, Getty Images
Seite 8: Christian Senti, Zürich
Übrige Seiten: Getty Images

Der vorliegende Geschäftsbericht, ergänzt mit einem Rückblick auf die Projekte und Aktionen, die das Geschäftsjahr 2014 geprägt haben, ist online unter generali.ch/annualreport2014/de verfügbar.

Kontaktadressen

Generali (Schweiz) Holding AG

Soodmattenstrasse 10
8134 Adliswil 1
Telefon +41 58 472 40 40
Telefax +41 58 472 44 25
info.ch@generali.com
generali.ch

Generali Personenversicherungen AG

Soodmattenstrasse 10
8134 Adliswil 1
Telefon +41 58 472 44 44
Telefax +41 58 472 55 55
life.ch@generali.com

Fortuna Lebens-Versicherungs AG Vaduz

Städtle 35
FL-9490 Vaduz
Telefon +423 236 15 45
Telefax +423 236 15 46
fl.service@fortuna.li

Generali Allgemeine Versicherungen AG

Avenue Perdtemps 23
1260 Nyon 1
Telefon +41 58 471 01 01
Telefax +41 58 471 01 02
nonlife.ch@generali.com

Fortuna Rechtsschutz-Versicherungs-Gesellschaft AG

Soodmattenstrasse 2
8134 Adliswil 1
Telefon +41 58 472 72 00
Telefax +41 58 472 72 01
info.rvg.ch@generali.com

Fortuna Investment AG

Soodmattenstrasse 10
8134 Adliswil 1
Telefon +41 58 472 53 06
Telefax +41 58 472 53 39
investment.ch@generali.com

Fortuna Investment AG Vaduz

Städtle 35
FL-9490 Vaduz
Telefon +423 232 05 92
Telefax +423 236 15 46
investment.ch@generali.com

