

Geschäftsbericht Generali Gruppe Schweiz 2013



generali.ch



Inhalt

4. Generali Gruppe Schweiz

5. Wichtige Zahlen

6. Editorial

8. Geschäftsleitung

10. Vision, Mission, Werte

12. Bereichsaktivitäten

18. Zahlen zum Geschäftsjahr 2013

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

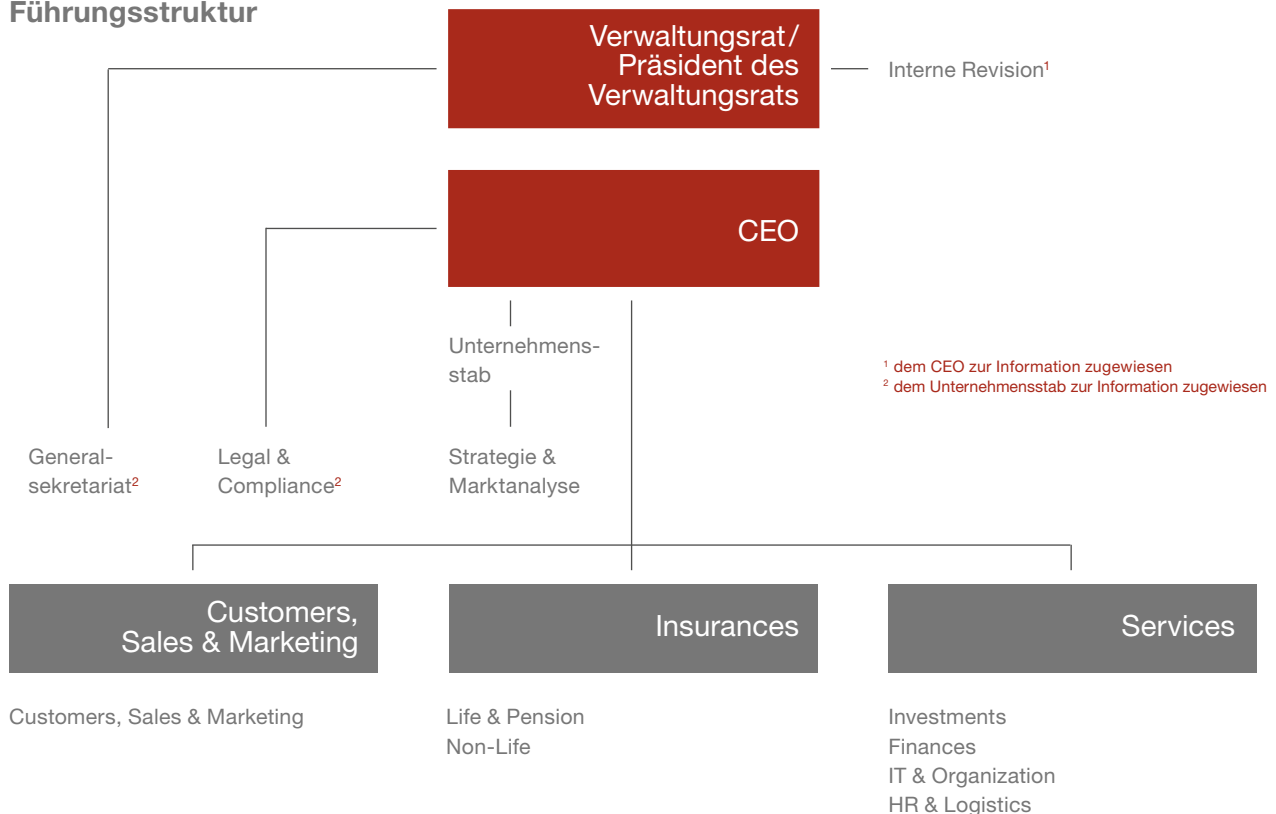
29. Kontaktadressen

Generali Gruppe Schweiz

Gesellschaftsstruktur* (Stand 31. 12. 2013)

Leben	Nichtleben	Kapitalanlagen
Generali Personenversicherungen AG** Adliswil 99,9 % AK CHF 106.9 Mio. Fortuna Lebens-Versicherungs AG Vaduz 100 % AK CHF 10 Mio.	Generali Allgemeine Versicherungen AG Nyon 99,9 % AK CHF 27.3 Mio. Fortuna Rechtsschutz-Versicherungs-Gesellschaft AG Adliswil 100 % AK CHF 3 Mio.	Fortuna Investment AG Adliswil 100 % AK CHF 1 Mio. Fortuna Investment AG Vaduz 100 % AK CHF 1 Mio.

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. 2013	31. 12. 2012	Veränderung
Gebuchte Bruttoprämien	2'148.4	2'225.2	–3,5 %
davon Leben	1'307.0	1'394.3	–6,3 %
davon Nichtleben	841.4	830.9	1,3 %
Kapitalanlagen	14'409.8	13'871.4	3,9 %
Technische Rückstellungen	12'520.9	11'832.1	5,8 %
davon Leben	11'418.4	10'713.8	6,6 %
davon Nichtleben	1'102.5	1'118.3	–1,4 %
Gesamtergebnis	161.0	142.4	13,1 %
Combined Ratio Nichtleben	94,4 %	95,1 %	–0.7 p.p.*
Anzahl Mitarbeitende	2'184	2'258	–3,3 %
Innendienst	1'627	1'670	–2,6 %
Aussendienst	557	588	–5,3 %

* Prozentpunkte

Editorial

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

Die Generali Gruppe Schweiz blickt insgesamt auf ein gutes Geschäftsjahr 2013 zurück. Wir freuen uns, dass wir die anspruchsvollen Aufgaben des vergangenen Jahres gut gemeistert und unsere Ziele erreicht haben.

Das wirtschaftliche Umfeld hat sich etwas entspannt. Die Märkte erholten sich gegenüber dem Vorjahr und ermöglichten uns ein erfreuliches Anlageergebnis. Auch die Zinsen stiegen an, bleiben jedoch weiterhin auf einem verhältnismässig tiefen Niveau. Sie stellen unvermindert eine grosse Herausforderung für die Schweizer Versicherungswirtschaft dar. Diese zeigt sich trotzdem stabil und ist nach wie vor eine der bedeutendsten und produktivsten Branchen der Schweiz. Insbesondere die Schadenversicherung setzte im Berichtsjahr ihr Wachstum konstant im Gleichschritt mit dem Brutto-Inlandprodukt fort. Die Schadenentwicklung lag – begünstigt durch das Ausbleiben flächendeckender Elementarereignisse – in einem durchschnittlichen Rahmen. Wesentlichen Einfluss auf das Versicherungsgeschäft haben die Regulierungsbestrebungen der Aufsichtsbehörden, welche für die Versicherer enorme Aufwendungen mit sich bringen.

Auf der strategischen Ebene stand für uns die neue Ausrichtung der weltweit tätigen Generali Group im Vordergrund. Die eingeleiteten Veränderungen sind für die Generali Gruppe Schweiz und damit auch für unsere Kunden bedeutend. Sie stellen sicher, dass unser Unternehmen auch in Zukunft ein starker und stets verlässlicher Versicherungspartner ist.

Das Gesamtergebnis der Generali Gruppe Schweiz fiel mit einer Steigerung von 13,1 % gegenüber dem Vorjahr äusserst positiv aus, trotz eines Rückgangs des gesamten Prämienvolumens um 3,5 %. Bei den Lebensversicherungen mit laufender Prämie konnten wir entsprechend dem Gesamtmarkt unsere Prämie halten. Im Bereich der Sachversicherungen erreichten wir ein ansprechendes Wachstum von 1,3 % auf 841 Millionen Franken.

Kompetente Dienstleistungen, erfolgreiche Produkte und kundenorientierte Organisation

Der Fokus auf unsere Kunden und die Verankerung der Multi-Kanalstrategie waren Schwerpunkte im vergangenen Jahr. Unser 2012 eingeführtes Contact Center hat sich sehr bewährt. Die zentralisierte Beratung harmonisiert hervorragend mit dem Angebot unserer regionalen Agenturen. So können wir unseren Kunden in jeder Situation persönliche und kompetente

Dienstleistungen bieten. Das Ansehen unseres Unternehmens hat von diesen und weiteren kundenzentrierten Massnahmen erheblich profitiert: 2013 stieg die Weiterempfehlungsrate um rund einen Drittel an. Dieser schöne Erfolg bestärkt uns im Vorhaben, unsere Services gezielt auszubauen.

Im Laufe des Jahres schlossen wir die Integration der Aussen-dienste Leben und Nichtleben ab. Diese Weiterentwicklung unseres Agenturnetzes sorgt für eine zeitgemässe, effiziente Aussenorganisation. Ein Fokus für unsere Agenten lag im ersten Jahr auf der Einführung eines neuen Beratungsansatzes sowie auf der Ausweitung unseres Angebots für KMU.

Im Bereich Life & Pension konnten wir unseren Kunden sehr interessante Vorsorgelösungen mit attraktiven Renditen anbieten. Wettbewerbsfähige Produktpakete auf den Markt zu bringen wird auch im kommenden Jahr eine Priorität sein. Einen thematischen Schwerpunkt legen wir zudem auf das oft unterschätzte Risiko Erwerbsunfähigkeit. Im Bereich Non-Life hat sich insbesondere der Rechtsschutz positiv entwickelt. Ein Fokus liegt in der nahen Zukunft auf Standardprodukten mit einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis.

Seine Jahresziele erreicht hat der Bereich Investments. Das Anlageergebnis war sehr zufriedenstellend. Wir profitierten unter anderem von den stabilen Währungen und einem positiven Wachstum des Immobilienmarktes. Im Personalbereich lag und liegt der Fokus auf der Nachwuchsrekrutierung. Innovative Ansätze zur Personalbeschaffung sichern uns längerfristig eine starke Position auf den Talentmärkten.

Eine wachsende Bedeutung über alle Geschäftsbereiche hinweg hat unsere IT. Durch innovative Veränderungen hilft sie uns, die vielfältigen Ansprüche an unser Unternehmen effizient, kundengerecht und kostenoptimiert zu befriedigen. So haben wir unser gesamtes Non-Life-System hin zu Open Source-Anwendungen migriert, unser Brokerportal erneuert und allen Mitarbeitenden moderne Arbeitsstationen zur Verfügung gestellt. Ausserdem bauen wir laufend unsere Online-Plattform als Vertriebs- und Dienstleistungskanal aus.

Strategische Neuausrichtung zu einem internationalen Konzern

Neben den Herausforderungen im Tagesgeschäft konzentrierte sich im letzten Jahr die ganze Generali Group auf eine strategische Neuausrichtung. Im Rahmen des Anfang 2013 begonnenen Prozesses wird der globale Charakter unserer Gruppe verstärkt, sowohl in Bezug auf Führung als auch auf Entwicklung. Dies wird durch den weltweit einheitlichen Auftritt unter unserer gemeinsamen Marke unterstrichen. Die wichtigsten Ziele der Generali Group sind neben organisatorischen Veränderungen die Stärkung der Kapitalbasis und das Rück-

besinnen auf unser Kerngeschäft Versicherung. Das erlaubt es uns, unsere Dienstleistungen zum Vorteil unserer Kunden weiter auszubauen und als finanzstarker und verlässlicher Partner Vertrauen zu schaffen.

Die markanten Entwicklungsschritte unter der Führung unseres internationalen Mutterhauses beeinflussen uns als nationale Gruppengesellschaft. Wir profitieren vom Austausch mit dem Head-Office und den anderen Ländergesellschaften sowie vom Innovationstransfer in allen Geschäftsbereichen. Verschiedenste globale Initiativen, die wir auf lokaler Ebene umsetzen, zeugen von der Dynamik dieses Wandels. Für den Kunden sicht- und spürbar und damit eine Priorität ist die Festigung unserer versicherungstechnischen Fähigkeiten, zum Beispiel im Pricing, im Underwriting oder in der Produktentwicklung. Gleichzeitig sorgen wir für ein besseres Qualitäts- und Prozessmanagement sowie effizientere Abläufe. Wir bauen zudem laufend unser Instrumentarium von Finanz- und technischen Kennzahlen aus, was uns eine fundierte und vorausschauende Führung unseres Geschäfts ermöglicht.

Einen positiven Effekt auf die Personalsituation dürfte die erhöhte Mobilität innerhalb der Gruppe haben. Dank ihr können wir vermehrt Fachspezialisten aus anderen Gruppengesellschaften anstellen und damit adäquat auf die schwierige Lage auf dem Schweizer Beschäftigungsmarkt reagieren.

Treue Kunden, engagierte Mitarbeitende und erfolgreiche Partnerschaften

Im Zentrum all unserer Bemühungen stehen unsere Kunden. Wir danken ihnen für die Treue und das Vertrauen unserem Unternehmen gegenüber. Für sie entwickeln wir in den kommenden Jahren unser Geschäft gezielt weiter. Die Herausforderungen der Märkte und die hohe Regulierungsintensität werden uns dabei stark beschäftigen. Die konsequente Umsetzung der Initiativen unter der neuen Gruppenstrategie bringt uns aber auch mehr Effizienz und einen kräftigen Innovationsschub. So werden wir die anstehenden Aufgaben einfacher lösen und unseren Kunden die bestmöglichen Produkte und Dienstleistungen zur Verfügung stellen können.

Um die Veränderungen wirkungsvoll und nachhaltig vollziehen zu können und gleichzeitig das Tagesgeschäft erfolgreich in Schwung zu halten, sind wir auf unsere Mitarbeitenden angewiesen. Wir sagen danke: Es hat uns enorm gefreut, zu sehen, mit welchem Einsatz sie im vergangenen Jahr die anstehenden Aufgaben angegangen sind. Danken möchten wir auch unseren Partnern für die gute und erfolgreiche Zusammenarbeit.



Mario Greco
Präsident des Verwaltungsrats

Alfred Leu
CEO



Geschäftsleitung

1. Alfred Leu, Chief Executive Officer

„Die Weiterentwicklung von Generali zu einem globalen Konzern wird uns als Gemeinschaft nachhaltig stärken. Im Heimatmarkt profitieren wir von der Unterstützung unseres Mutterhauses, um unsere Chancen optimal nutzen zu können. Zudem ergeben sich für unsere Mitarbeitenden interessante Perspektiven und Entwicklungsoptionen in einem internationalen Umfeld, sei dies in Linienfunktionen oder Spezialbereichen.“

2. Peter Herzog, Chief Customers, Sales & Marketing Officer

„Die enge Einbindung in die weltweit tätige Generali Group und ihr dynamisches Umfeld ist ein bedeutender Vorteil für unsere weitere Entwicklung auf dem Schweizer Markt. Sie verstärkt unsere vielversprechende Position, die auf drei Faktoren beruht: unsere breite Kundenbasis, unsere wirkungsvolle und erfolgreiche Multi-Kanal-Strategie sowie unsere sehr gut ausgebildeten Mitarbeitenden.“

3. Bernhard Locher, Chief Life & Pension Officer

„In unserer Gruppenstrategie nimmt der Kundenfokus eine zentrale Rolle ein. Wir sehen kundenfreundliche Prozesse und innovative Versicherungsprodukte als Schlüssel für den Erfolg. Im Life & Pensions-Geschäft bedeutet dies, unseren Versicherten Lösungen mit angemessener Sicherheit und attraktiven Renditechancen anzubieten. So werden wir unsere starke Stellung im Schweizer Markt behaupten können.“

4. Vincent Brulhart, Chief Non-Life Officer

„Unser Gruppengefüge ist unsere grosse Stärke. Die verschiedenen Versicherungsbereiche arbeiten Hand in Hand und wir in den lokalen Märkten ziehen maximalen Nutzen aus dem vertieften Austausch mit den Kompetenzzentren im Head Office. Dieser neue Schwung im Unternehmen bietet gerade dem Non-Life-Bereich in den nächsten Jahren enorme Entwicklungschancen.“

5. Karl Schönenberger, Chief Investment Officer

„Der Schwerpunkt im Bereich Kapitalanlagen liegt derzeit auf der Umsetzung der neuen Gruppenstrategie. Wir spezialisieren uns dabei noch konsequenter auf den Schweizer Markt. Unser Fokus liegt auf den für uns bedeutenden Risiken und deren

nachhaltigen Absicherung. Für die Bewirtschaftung der internationalen Anlagen profitieren wir von der engen Zusammenarbeit mit anderen Gruppeneinheiten.“

6. Alessio Sarti, Chief Financial Officer

„Der Finanzbereich übernimmt eine zentrale Koordinationsfunktion in der Umsetzung der neuen strategischen Ausrichtung unserer Gruppe. Wir unterstützen die Unternehmensführung mit einer integrierten und effizienten finanziellen Berichterstattung. Damit leisten wir einen wichtigen Beitrag zur Erreichung der Strategieziele der Generali Gruppe Schweiz.“

7. Dominique Covolo, Chief Information Technology & Operations Officer

„Die IT ist ein essenzieller Baustein zur Umsetzung der Gruppenstrategie, da zahlreiche Initiativen erst durch sinnvolle technologische Unterstützung ihre volle Wirkung entfalten können. Die neue Dynamik unseres global tätigen Unternehmens ist inspirierend und wir haben die faszinierende Aufgabe, die verschiedenen Ideen aktiv in der Schweiz zu implementieren.“

8. Jean-Pierre Schmid, Chief Human Resources & Logistics Officer

„Die Ableitung der People Strategy aus der Geschäftsstrategie ist heute von enormer Bedeutung. Dieses Bewusstsein ist auf allen Gruppenebenen gewachsen. Einheitliche Anforderungen an unsere Führungskräfte und gemeinsame, starke Werte sind wichtige Stützpfeiler unserer neuen Kultur. Wie konsequent dies international wie auch bei uns auf der Länderebene umgesetzt wird, ist beeindruckend und macht uns stolz.“

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 Geschäfts- modell

Wir optimieren unser Geschäfts- modell

Das Transformation Business Model ist zentraler Bestandteil der Umsetzung unserer neuen Gruppenstrategie. Damit optimieren wir unternehmensinterne Abläufe, vereinfachen Arbeitsprozesse und legen den Fokus auf einfache und rentable Produkte. Auch die stete Verbesserung des Preis-Leistungs-Verhältnisses ist ein wichtiger Aspekt des Projekts.

Im Jahr 2013 haben wir unsere gesamten Prozesse und Produkte auf Verbesserungspotenzial hin überprüft. Anhand dieser Ergebnisse haben wir eine Roadmap für die Umsetzung der Optimierungen erstellt. Diese sollen im Zeitraum von 2014 bis 2016 realisiert werden. Ziel ist es, unser Geschäftsmodell effizienter zu machen und den Bereich Non-Life zu stärken.



2 Produkte

Wir bieten hohe Sicherheit und Renditemöglichkeiten

Unsere Kunden stehen im Zentrum unserer Gruppenstrategie. Als Marktführer im Bereich der Einzelleben-Versicherungen richten wir dabei einen besonderen Fokus auf die Bedürfnisse unserer Kunden im Rahmen ihrer Vorsorge. Vermögensaufbau und die Absicherung der individuellen Risiken spielen dabei die wesentliche Rolle.

Wir schützen unsere Kunden vor den bedeutendsten Lebensrisiken: Erwerbsunfähigkeit, Invalidität und Todesfall. Gleichzeitig profitieren sie dank SCALA Save von einem gezielten Vermögensaufbau. Dieses neue Produkt bietet neben der garantierten Sicherheitsbasis attraktive Renditemöglichkeiten.

Wir schützen unsere Kunden vor den bedeutendsten Lebensrisiken: Erwerbsunfähigkeit, Invalidität und Todesfall. Gleichzeitig profitieren sie dank SCALA Save von einem gezielten Vermögensaufbau. Dieses neue Produkt bietet neben der garantierten Sicherheitsbasis attraktive Renditemöglichkeiten.

Mit unserem exklusiven GENERALI Vorsorgepaket verbinden wir diese zentralen Elemente in einem Produkt. Unsere Kunden profitieren dabei von einem einzigartigen Paket-Bonus.

Wir optimieren unsere Produktstrategie

Im letzten Jahr haben wir unser Produkte-Portefeuille im Bereich Non-Life optimiert, um unseren Kunden noch bessere Angebote machen zu können. Unser Hauptaugenmerk lag auf vier Aspekten: einem gutem Preis-Leistungs-Verhältnis, der Wettbewerbsfähigkeit im Retail- und KMU-Geschäft, der Standardisierung der Produkte und der Steigerung der Profitabilität. Wichtig war die Lancierung eines Pilotprojekts zur noch risikogerechteren Preisgestaltung von Motorfahrzeugversicherungen nach den neusten Erkenntnissen der Versicherungstechnik.

In einer Technical und Operational Excellence Prüfung haben wir zudem weitere Chancen für den Non-Life-Bereich ermittelt. Als Erkenntnis daraus möchten wir unsere versicherungstechnischen Fertigkeiten verbessern und die Effizienz unserer operativen Prozesse erhöhen. Diese Aufgaben gehen wir im Geschäftsjahr 2014 an.

Wir helfen bei Hagelschäden mit exklusivem Service

Nach schweren Unwettern mit Hagelschäden an Fahrzeugen bieten wir unseren Kunden einen schnellen und kostenlosen Service. In unseren bewährten Drive-Ins beurteilen Spezialisten das Schadenausmass und geben in weniger als einer halben Stunde eine Empfehlung für die Reparatur ab. Der Experte sucht dabei immer die beste, umweltfreundlichste und kostengünstigste Methode zur Behebung eines Schadens.

2013 haben wir nach grossen Hagelereignissen vier Drive-Ins eröffnet: Steinhausen (ZG), Hinwil (ZH), Hauterive (NE) und Genf. Das massive Gewitter in der Region Genfersee im Juni war ein Rekordereignis für unser Unternehmen. Insgesamt bearbeiteten wir in der ganzen Schweiz rund 10'000 Schadenfälle mit einer Schadenssumme von über 35 Millionen Franken. Unsere Kunden wissen den exklusiven Service unserer Drive-Ins zu schätzen. Bei Umfragen vor Ort zeigten sich 98% aller Befragten sehr zufrieden mit unseren Dienstleistungen.

Wir engagieren uns in der kollektiven Lebensversicherung ausserhalb der beruflichen Vorsorge

Mit der kollektiv organisierten Vorsorge (KoV) haben wir ein neues Geschäftsfeld eröffnet. Dabei handelt es sich um kollektive Lebensversicherungen ausserhalb der beruflichen Vorsorge. Gestartet sind wir mit reinen Risikolösungen, die modular aufgebaut und somit beliebig auf die individuellen Bedürfnisse der Kunden erweiterbar sind. Unsere Zielgruppen sind unter anderem Unternehmen, Vereine und Krankenkassen, die Zusatzversicherungen anbieten.

Nach einem guten Start dieses innovativen Angebots möchten wir 2014 unsere Bekanntheit und Akzeptanz auf dem Markt weiter steigern. Nebst der Förderung des Risikoprodukts werden wir unser Angebot mit einem Sparbaustein ergänzen. Zudem planen wir, durch die KoV neue Absatzmöglichkeiten zu erschliessen.

Wir kümmern uns um die Vorsorge unserer Kunden

Wir bieten unseren Kunden im Rahmen der privaten Vorsorge individuelle Lösungen an.

Unser neu entwickeltes GENERALI Vorsorgepaket kombiniert gezieltes Sparen mit den zentralen Elementen des Risikoschutzes. Es ist möglich, bestehende und neue Produkte in neuartigen Verbindungen zu formieren. Der modulare Ansatz im Rahmen der Produktentwicklung bedeutet für uns eine erhebliche Effizienzsteigerung.

Das GENERALI Vorsorgepaket ist seit September 2013 auf dem Markt und bildet den Kern unseres Angebots im Segment Vermögensaufbau und Risikoschutz. Es ist vielversprechend angelaufen und stellt für das Jahr 2014 das Hauptprodukt im Einzelleben-Geschäft mit periodischer Prämie dar.

3

Markt / Vertrieb

Wir harmonisieren unseren Aussendienst

Im Jahr 2013 haben wir einen weiteren strategischen Meilenstein zur Realisierung unserer Vision eines einheitlichen Aussendienstes

erreicht. Die Reorganisation unseres Agenturnetzes ist erfolgreich abgeschlossen und die Betreuung der Vertriebspartner weitestgehend dezentralisiert.

2014 konzentrieren wir uns auf den nächsten wichtigen Schritt: die Entwicklung und Implementierung eines qualitativ hochwertigen und ganzheitlichen Beratungsansatzes für unsere Kunden. In diesem Rahmen werden wir auch eine neue Generation von Aussendienst-Verträgen entwickeln, welche dem ganzheitlichen Beratungsansatz gerecht werden.

Wir vereinheitlichen unser Vertriebsnetz

Historisch bedingt waren unsere Nichtleben-Agenturen der Generali Allgemeine Versicherungen AG angeschlossen, unsere Niederlassungen im Bereich Leben der Generali Personenversicherungen AG (GPV). Jeder Agentur sind zudem Vertriebspartner zugeordnet. 2013 haben wir unser Vertriebsnetz vereinheitlicht und alle Agenturen sowie deren Vertriebspartner der Poolgesellschaft GPV angegliedert.

Die neue Organisation vereinfacht die Abläufe zwischen den Aussenstellen und den Hauptsitzen in Adliswil und Nyon. Buchhalterisch werden nun alle Agenturen und Vertriebspartner gleich behandelt. Dadurch können wir unter anderem Arbeitsplatzwechsel innerhalb des Unternehmens leichter abwickeln. Damit sind wir effizienter, schlanker und kundenfreundlicher geworden.

Wir stellen den Kunden in den Mittelpunkt

Die Bedürfnisse unserer Kunden stehen bei uns im Vordergrund. Daher legen wir besonderen Wert darauf, unsere Dienstleistungen laufend zu verbessern. Im vergangenen Jahr haben wir ein neues Contact Center für Telefonanrufe und andere Kontaktaufnahmen eingeführt. Die zentralisierte Organisation ermöglicht es uns, den Kunden zielgerichtet und schnell mit dem richtigen Ansprechpartner zu verbinden.

Damit wir die neue Organisation reibungslos in Betrieb nehmen konnten, wurden die beteiligten Mitarbeitenden intensiv geschult. In allen Geschäftsbereichen haben wir zudem organisatorische Abläufe angepasst. Dank dieser Massnahmen läuft unser neues Contact Center bereits einwandfrei. Heute beraten wir unsere Kunden bedeutend schneller und zielgerichteter in gewohnt hoher Qualität.

Wir fokussieren uns auf den Schweizer Kernmarkt

Unsere Tochtergesellschaft Fortuna Lebens-Versicherungs AG Vaduz wird sich ab Juli 2014 ausschliesslich auf den Kernmarkt Schweiz/Liechtenstein konzentrieren. Auf den europäischen Teilmärkten, in welchen wir seit 1997 tätig sind, werden wir künftig kein Neugeschäft mehr annehmen. In den meisten EU-Märkten haben sich die gesetzlichen Anforderungen im Bereich Lebensversicherungen verändert. Als Nischenanbieter können wir die Aufwendungen bei der Produktpflege daher nicht mehr tragen. Die Fokussierung auf unsere Kernkompetenzen ist Teil der strategischen Grundausrichtung der Generali Group.

Unsere in der Schweiz und in Liechtenstein lebenden Kunden sind von dieser Entscheidung nicht betroffen. Den bestehenden Kundenstamm in den europäischen Märkten werden wir auch künftig mit unverändert hohem Qualitätsanspruch betreuen.

4

Gruppe /
International**Wir sind ein
internationales
Unternehmen**

Unser Mutterhaus in Triest hat 2012 damit begonnen, seine Ländergesellschaften stärker in den internationalen Konzern einzubinden. Dazu

wurde eine neue Strategie lanciert. Diese enthält zahlreiche Initiativen, die bessere Lösungen für den Kunden und Synergien über die ganze Gruppe hinweg schaffen. Zudem verbinden uns unsere neuen Werte noch stärker mit den anderen Gesellschaften. Wir unterstützen einander und finden gemeinsam Lösungen für unsere täglichen Aktivitäten.

Teil der Neuausrichtung ist auch ein einheitliches Branding. Dieses setzen wir in diesem Geschäftsbericht bereits um. In Zukunft verwenden wir weltweit ein einheitliches Design und präsentieren uns unseren Anspruchsgruppen als überzeugende und unverkennbare Marke.

Wir fördern globale Mobilität

Generali ist eine weltweit agierende Unternehmensgruppe. Um die gemeinsame und einheitliche Unternehmenskultur zu stärken, sind der Austausch und die Zusammenarbeit zwischen den Länderorganisationen von grosser Bedeutung. Daher wurde 2008 das Programm International Mobility ins Leben gerufen. Sein wichtigstes Ziel ist nebst der länderübergreifenden Zusammenarbeit die fachliche und persönliche Entwicklung unserer Mitarbeitenden.

In den ersten Jahren schufen wir vor allem die Rahmenbedingungen für internationale Mobilität. 2013 machte das Programm dank der neuen strategischen Ausrichtung der Gruppe und der damit verbundenen noch intensiveren internationalen Zusammenarbeit einen grossen Schritt vorwärts. International Mobility geniesst viel Unterstützung und Akzeptanz rund um den Globus und trägt wesentlich zum Erfolg unserer Gruppe bei.

**Wir stellen den Investmentbereich
Europa neu auf**

Die Generali Group bündelt ihre europäischen Anlageaktivitäten. Der bisher eher dezentral organisierte Anlagebereich wird – wo sinnvoll – schrittweise zusammengefasst. In Zukunft werden das Aktienmanagement und die Fondsselektion in Paris konzentriert. Investments im Bereich Obligationen steuert die Generali Group aus Triest und Private Equity-Aktivitäten aus Mailand. Der Grossteil der Schweizer Anlagen wie zum Beispiel inländische Wertschriften, Liegenschaften und Hypotheken wird weiterhin durch die Fortuna Investment AG verwaltet.

Ein bedeutender Vorteil der neuen Struktur ist die deutlich engere Zusammenarbeit und Spezialisierung in der Generali Group. Wie alle Ländergesellschaften profitiert davon auch die Schweiz. Die Zusammenarbeit wird stufenweise auf das ganze Asset und Risk Management ausgeweitet. Damit trägt der Investmentbereich wesentlich zur Umsetzung der neuen Gruppenstrategie bei.



5

Interne Prozesse

Wir vereinfachen unsere finanzielle Berichterstattung

Die Anforderungen und Komplexität der finanziellen Berichterstattung nehmen stetig zu. Als äusserst wichtiges Element zur Umsetzung

der neuen Unternehmensstrategie haben wir ein Finance Transformation Project ins Leben gerufen. Darin wurden organisatorische, system- und prozesstechnische Verbesserungen im Finanzbereich implementiert. Dazu gehören insbesondere das neue Financial Target Operating Model, die Standardisierung des Abschlussprozesses, eine einheitlich gültige Governance und eine integrierte Plattform für die finanzielle Berichterstattung.

Im vergangenen Jahr haben wir die neue Lösung erfolgreich aufgebaut und getestet. Damit stehen uns sehr effiziente Steuerungsinstrumente zur Verfügung, um unser Unternehmen noch zielgerichteter auf der Basis von Finanzkennzahlen lenken zu können.

Wir gehen mit neuer IT in die Zukunft

Im Rahmen des Programms Fit for the Future stellen wir unsere IT-Plattformen fortlaufend auf Open-Source-Technologie um. Die neue Infrastruktur passt ideal zu unserer strategischen Ausrichtung, denn sie vereinfacht Entwicklungen und spart Kosten. So hat sie bereits eine schnelle Einführung neuer Sicherheits-Komponenten des Broker-Portals ermöglicht. Die gesamte Umstellung dauert bis Mitte des Jahres 2014.

Unsere Mitarbeitenden profitieren zudem seit Mitte 2013 von einer modernen Arbeitsplatz-Infrastruktur. Diese sorgt für angenehmere Arbeitsbedingungen und spart Strom. Damit werden wir effizienter und verkleinern gleichzeitig unseren ökologischen Fussabdruck.

Wir setzen auf digitale Daten

Seit Juli 2013 bauen wir eine neue Infrastruktur zur Digitalisierung eingehender Dokumente auf. Der Prozess der Digitalisierung, zum Beispiel von Postsendungen oder Briefen, ist eine wichtige Voraussetzung für die Umsetzung der Unternehmensstrategie. Denn so können wir Abläufe automatisieren und vereinfachen, was die Effizienz der Fachabteilungen erheblich steigert. Ein positiver Faktor der Umstellung ist zudem der Abbau von platzraubenden Ablagesystemen. Bei Posteingang werden die Dokumente digitalisiert und in einem zentralen Archiv abgelegt. Ab diesem Zeitpunkt stehen sie den Fachbereichen für die elektronische Verarbeitung zur Verfügung.

Die Infrastruktur wird Ende 2014 bereitstehen. In einer Übergangsphase von zwei bis drei Jahren übernehmen fortlaufend alle Bereiche der Generali Gruppe Schweiz die neuen Prozesse.

6

Human Resources

Wir haben einen neuen CIO

Am 1. Januar 2014 übergibt Karl Schönenberger die Leitung des Bereichs Investments an seinen bisherigen Stellvertreter, René Schmidli. Der neue Chief Investment

Officer ist ein ausgewiesener Anlage-Fachmann mit 20 Jahren Erfahrung im Finanzbereich. Er arbeitet seit 2006 für Generali und ist sehr vertraut mit den Werten und strategischen Zielen unseres Unternehmens. Damit ist ein nahtloser Übergang an der Bereichsspitze gewährleistet. René Schmidli übernimmt von seinem Vorgänger auch den Sitz in der Geschäftsleitung.

Karl Schönenberger war 13 Jahre lang für die Finanzanlagen von Generali verantwortlich. Ab 2014 leitet er den neu formierten Unternehmensstab der Generali (Schweiz) Holding AG. Er wird sich dort verstärkt um strategische Themen wie die Unternehmensentwicklung und das Benchmarking des Schweizer Versicherungsmarktes kümmern.

Wir begleiten Hochschulabsolventen in die Berufswelt

Unser Erfolg beruht auf ambitionierten und hoch motivierten Mitarbeitenden. Deshalb sind wir immer auf der Suche nach Talenten. Seit März 2012 ermöglicht das Graduate Program Switzerland (GPS) leistungsorientierten Hochschulabsolventen den optimalen Karrierestart bei Generali. Unsere Trainees erhalten Einblick in verschiedene Unternehmensbereiche in Adliswil und Nyon und lernen ein Unternehmen der Generali Group im Ausland kennen. In Seminaren erweitern sie gezielt ihre Kompetenzen. Networking-Veranstaltungen und die Begleitung durch Mentoren runden das spannende Programm ab. Unsere Graduates erhalten von Beginn weg eine Festanstellung. Nach Beendigung des Programms bieten wir ihnen eine interessante Tätigkeit innerhalb des Unternehmens an.

Mittlerweile haben die ersten acht Trainees ihr 18-monatiges Einstiegsprogramm abgeschlossen. Sieben davon konnten wir weiterbeschäftigen. Am 1. März 2014 startet die zweite Auflage des GPS mit sieben Teilnehmenden.



Zahlen zum Geschäftsjahr 2013

Kennzahlen der Bereiche

LEBENSVERSICHERUNG

in Mio. CHF	31. 12. 2013	31. 12. 2012	Veränderung
Gebuchte Bruttoprämien total	1'307.0	1'394.3	–6,3 %
davon:			
Fondsgebundene Lebensversicherung	934.6	1'004.8	–7,0 %
davon mit laufender Prämie	920.3	954.7	–3,6 %
davon mit Einmalprämie	14.3	50.1	–71,4 %
Konventionelle Lebensversicherung	372.4	389.4	–4,4 %
davon mit laufender Prämie	355.4	325.4	9,2 %
davon mit Einmalprämie	16.9	64.0	–73,5 %
Indirektes Geschäft	0.0	0.1	–100,0 %
Annual premium equivalent	76.3	109.8	–30,5 %
New business value	33.8	30.0	12,8 %
New business margin	44,3 %	27,5 %	16.8 p.p.

Bruttoprämien

Mit einem Gesamtbetrag von CHF 1.3 Mrd. sanken die gebuchten Bruttoprämien 2013 gegenüber dem Vorjahr um 6,3 %, hauptsächlich wegen des rückläufigen Geschäfts mit Einmaleinlagen. Im Bereich der konventionellen Lebensversicherungen mit laufender Prämie konnte das Volumen trotz des schwierigen Zinsumfelds um 9,2 % auf CHF 355 Mio. erhöht werden. Mit einem Anteil von über 70 % an den gesamten Prämieinnahmen ist die fondsgebundene Lebensversicherung nach wie vor die Haupteinnahmequelle im Lebensversicherungsgeschäft. Dabei konnte der Diversifikationsgrad im Bestand in der Berichtsperiode dank der konventionellen Lebensversicherung mit laufender Prämie weiter erhöht werden.

Annual premium equivalent

Annual premium equivalent (APE) ist eine Kennzahl, die es ermöglicht, Prämieinnahmen des Neugeschäfts aus Einmaleinlagen und laufenden Prämien zusammenzufassen. Dabei werden zu den laufenden Prämien des Neugeschäfts 10 % der Einmalprämien des Neugeschäfts addiert. Das geringere Einmaleinlagen-Geschäft hinterliess auch in der APE ihre Spuren: sie reduzierte sich um 30,5 %.

New Business Value

Der New Business Value stieg um 12,8 % auf CHF 33.8 Mio. Dies ist hauptsächlich auf die verbesserte New Business Margin (NBM) der Spar- und Pensionsprodukte zurückzuführen. Diese konnte trotz des weiterhin tiefen Zinsniveaus verbessert werden. Die NBM des Gesamtbestands stieg um 16.8 Prozentpunkte (p.p.) auf 44,3 %.

NICHTLEBENSVERSICHERUNG

in Mio. CHF	31. 12. 2013	31. 12. 2012	Veränderung
Gebuchte Bruttoprämien total	841.4	830.9	1,3 %
davon:			
Motorfahrzeugversicherung	390.6	399.5	– 2,2 %
Sach- und Unternehmensversicherungen	238.7	230.8	3,4 %
Kranken- und Unfallversicherung	209.5	196.0	6,9 %
Indirektes Geschäft	2.6	4.6	– 42,9 %
Combined Ratio	94,4 %	95,1 %	– 0,7 p.p.
davon Schadensatz netto	69,3 %	69,5 %	– 0,2 p.p.
davon Kostensatz netto	25,1 %	25,6 %	– 0,5 p.p.

Bruttoprämien

In einem nach wie vor hart umkämpften Markt, der wesentlich von hohem Preisdruck geprägt wird, hat es Generali verstanden, auch das Jahr 2013 erfolgreich zu gestalten. Die Prämieinnahmen im Nichtlebensgeschäft haben mit CHF 841 Mio. im Rahmen des Marktwachstums gegenüber dem Vorjahr um 1,3 % zugenommen. Dies obwohl wir insbesondere im Motorfahrzeuggeschäft weitere Anstrengungen unternommen haben, die Profitabilität zu steigern. Das Prämienwachstum im Nichtlebensgeschäft stammt aus unterschiedlichen Branchen, wobei die Prämien bei der Kranken- und Unfallversicherung wiederum am meisten gesteigert werden konnten. Mit einem Anteil von 46 % an den gesamten Prämieinnahmen Nichtleben ist die Motorfahrzeugversicherung weiterhin die bedeutendste Branche in diesem Bereich. Die Sach- und Unternehmensversicherungen verzeichneten mit CHF 239 Mio. eine erfreuliche Prämiensteigerung um 3,4 % gegenüber dem Vorjahr. Ihr Wachstum ist auf mehrere Branchen abgestützt. Die Unfall- und Krankenversicherung weist mit Prämieinnahmen von CHF 209 Mio. ein bedeutendes Wachstum von 6,9 % gegenüber dem Vorjahr aus. Dieses ist einer höheren Anzahl Verträge mit KMU, höheren Lohnsummen bestehender Kunden sowie einer Reihe von Prämienanpassungs-Massnahmen zuzuschreiben.

Combined Ratio

Die gesamte Combined Ratio hat sich um 0,7 p.p. von 95,1 % im Vorjahr auf 94,4 % im Berichtsjahr verbessert. Wesentlich dazu beigetragen hat die erfreuliche Entwicklung bei den Motorfahrzeug- sowie den Sach- und Unternehmensversicherungen. Ein weiterer Faktor war die Reduktion des Kostensatzes, wo der letztjährige Trend weitergeführt werden konnte. Die in diesem Zusammenhang unternommenen Anstrengungen zur Optimierung der Kosten haben sich in einer vorteilhaften Reduktion um 0,5 p.p. auf einen Satz von 25,1 % niedergeschlagen.

KAPITALANLAGEN UND FONDS

zu Marktwerten in Mio. CHF	Leben	Nichtleben	2013 Total	Leben	Nichtleben	2012 Total	Veränderung
Liegenschaften	824.3	501.8	1'326.1	838.5	491.4	1'329.9	–0,3 %
Hypotheken	448.2	122.0	570.2	421.4	128.2	549.6	3,7 %
Obligationen	3'212.9	781.0	3'993.9	2'675.2	714.5	3'389.7	17,8 %
Aktien	138.5	150.8	289.3	132.8	139.8	272.6	6,1 %
Geldmarkt	177.0	158.4	335.4	622.3	187.6	809.9	–58,6 %
Derivate	232.9	–	232.9	493.4	–	493.4	–52,8 %
Andere	55.5	101.5	157.0	58.7	96.9	155.6	0,9 %
Total	5'089.4	1'815.5	6'904.9	5'242.3	1'758.4	7'000.7	–1,4 %
Anteilscheine fondsgebundene Lebensvers.	7'504.9		7'504.9	6'870.7	–	6'870.7	9,2 %
Gesamttotal	12'594.3	1'815.5	14'409.8	12'113.0	1'758.4	13'871.4	3,9 %

Der Gesamtbestand an Kapitalanlagen zu Marktwerten erhöhte sich 2013 um 3,9 % von CHF 13.9 Mrd. auf CHF 14.4 Mrd. Davon entfallen 48 % auf konventionelle Kapitalanlagen und 52 % auf Anlagen für fondsgebundene Lebensversicherungen.

Der Bestand an konventionellen Anlagen fiel im Berichtsjahr um CHF 96 Mio. (–1,4 %) auf CHF 6.9 Mrd. Um die Rendite weiter zu optimieren, wurde der Bestand an risikoreicheren Anlagen ausgebaut. Insbesondere wurde mehr in Obligationen (+ CHF 604 Mio.) investiert, während die Geldmarktanlagen weiter reduziert wurden.

Die Anlagen für fondsgebundene Lebensversicherungen nahmen um 9,2 % auf CHF 7.5 Mrd. zu. Dies ist einerseits auf das Bestandswachstum, andererseits aber auch auf die sehr gute Entwicklung der Aktien- und Obligationenfonds im vergangenen Jahr zurückzuführen.

Das Ergebnis der gesamten Kapitalanlagen betrug 2,4 %, was verglichen mit der Benchmark von 2,3 %, eine sehr gute Leistung darstellt. Nach Absicherungen lag es bei 2,0 %. Steigende Zinsen setzten dem Obligationenmarkt 2013 zu, der Swiss Bond Index verlor –1,2 %. In Erwartung dieses Anstiegs hatte die Gruppe jedoch zu Beginn des Jahres die Duration in den Obligationenportfolios taktisch verkürzt. Letztlich führte die starke Performance der Liegenschaften und Hypotheken zum positiven Ergebnis.

Im Geschäftsjahr 2013 erhielt die Fortuna Investment AG rund CHF 200 Mio. an Neugeldern aus dem Vertrieb der fondsgebundenen Lebensversicherungen. Die Fortuna Investment AG Vaduz verzeichnete entsprechend rund CHF 33 Mio. an Neugeldern. Insgesamt stiegen die verwalteten Vermögen der beiden Gesellschaften per 31. 12. 2013 von CHF 2.9 Mrd. auf 3.25 Mrd. (+ 10,5 %). Erwähnenswert ist, dass die Fortuna Investment AG für die BSI Fonds nach schweizerischem Recht per 1. 1. 2013 die Verantwortung als Fondsleitung übernahm, womit das verwaltete Fondsvermögen im Umfang von ca. CHF 1.4 Mrd. erhöht werden konnte.

Finanzberichte der wichtigsten Gesellschaften

GENERALI PERSONENVERSICHERUNGEN AG

Bilanz

in Mio. CHF	31. 12. 2013	31. 12. 2012
Aktiven		
Finanzanlagen	3'488.4	3'086.7
Liegenschaften	738.7	746.1
Kapitalanlagen für fondsgebundene Lebensversicherung	7'201.9	6'733.2
Aktiviert Abschlusskosten	839.1	894.9
Total Anlagevermögen	12'268.1	11'460.9
Flüssige Mittel	487.3	811.7
Forderungen aus dem Versicherungsgeschäft	22.4	23.6
Andere Forderungen	13.3	12.8
Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen	14.0	15.4
Rechnungsabgrenzung	43.2	37.4
Total Umlaufvermögen	580.1	900.9
Total Aktiven	12'848.2	12'361.7
Passiven		
Verbindlichkeiten aus dem Versicherungsgeschäft	149.5	159.1
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	270.5	502.4
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	63.4	65.3
Rechnungsabgrenzung	46.9	47.5
Technische Rückstellungen	3'399.0	3'297.3
Versicherungstechnische Rückstellungen für fondsgebundene Lebensversicherung	7'168.9	6'607.5
Gutgeschriebene Überschussanteile der Versicherten	139.9	146.7
Rückstellung für die künftige Überschussbeteiligung der Versicherten	19.2	18.7
Andere langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	175.1	175.4
Nachrangiges Darlehen gegenüber verbundenen Unternehmen	240.6	236.6
Total Fremdkapital	11'673.0	11'256.5
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	376.1	300.7
Gewinn des Geschäftsjahrs	75.0	80.4
Total Eigenkapital	1'175.2	1'105.2
Total Passiven	12'848.2	12'361.7

Erfolgsrechnung

in Mio. CHF	2013	2012
Bruttoprämien	1'178.1	1'258.3
In Rückversicherung abgegeben	– 21.0	– 16.8
Veränderung der Prämienüberträge	– 0.5	– 2.8
Verdiente Prämien	1'156.6	1'238.7
Versicherungsleistungen (Brutto)	– 530.6	– 537.2
Anteil Rückversicherung an Versicherungsleistungen	7.7	10.6
Veränderung versicherungstechnische Rückstellungen (Brutto)	– 661.4	– 937.3
Anteil Rückversicherung an versicherungstechnischen Rückstellungen	– 1.2	0.0
Entnahme aus den Rückstellungen für die künftige Überschussbeteiligung der Versicherten	9.8	10.9
Versicherungstechnischer Aufwand	– 1'175.7	– 1'453.1
Abschlusskosten	– 137.8	– 121.4
Personalaufwand	– 61.6	– 61.9
Verwaltungs- und Betriebsaufwand	– 25.2	– 33.9
Kosten	– 224.6	– 217.1
Kapitalerträge	189.5	180.3
Aktivzinsen	3.4	3.6
Gewinne auf Veräusserung von Kapitalanlagen	48.1	47.7
Buchmässige Gewinne auf Kapitalanlagen	169.3	390.0
Sonstiger Ertrag	44.1	43.5
Passivzinsen	– 21.6	– 21.1
Aufwendungen für Kapitalanlagen	– 25.8	– 20.3
Abschreibungen auf Kapitalanlagen	– 56.1	– 75.4
Sonstiger Aufwand	– 0.6	– 1.0
Veränderung finanzielle Rückstellungen	0.2	0.0
Finanzielles Ergebnis	350.4	547.4
Gesamtergebnis vor Steuern	106.6	115.8
Kapital- und Ertragssteuern	– 21.3	– 23.9
Gesamtergebnis	85.3	91.9
Zuweisung an die Rückstellungen für die künftige Überschussbeteiligung der Versicherten	– 10.3	– 11.5
Gewinn des Geschäftsjahrs	75.0	80.4

GENERALI ALLGEMEINE VERSICHERUNGEN AG

Bilanz

in Mio. CHF	31. 12. 2013	31. 12. 2012
Aktiven		
Finanzanlagen	1'448.7	1'342.9
Liegenschaften	267.1	267.5
Total Anlagevermögen	1'715.8	1'610.4
Flüssige Mittel	163.5	189.3
Forderungen aus dem Versicherungsgeschäft	19.5	42.6
Andere Forderungen	2.8	2.7
Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen	17.5	21.7
Rechnungsabgrenzung	9.0	16.2
Total Umlaufvermögen	212.3	272.5
Total Aktiven	1'928.1	1'882.9
Passiven		
Verbindlichkeiten aus dem Versicherungsgeschäft	8.8	13.8
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	3.9	7.6
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	11.3	0.0
Rechnungsabgrenzung	242.2	234.3
Technische Rückstellungen	1'089.6	1'105.5
Andere langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	213.3	206.5
Nachrangiges Darlehen gegenüber verbundenen Unternehmen	95.1	95.1
Total Fremdkapital	1'664.3	1'662.8
Aktienkapital	27.3	27.3
Allgemeine gesetzliche Reserve	33.2	33.2
Reserven aus Kapitaleinlagen	0.0	0.0
Freie Reserven	107.0	77.0
Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	2.3	3.4
Gewinn des Geschäftsjahrs	93.9	79.2
Total Eigenkapital	263.8	220.1
Total Passiven	1'928.1	1'882.9

Erfolgsrechnung

in Mio. CHF	2013	2012
Bruttoprämien	808.0	796.8
In Rückversicherung abgegeben	– 76.8	– 67.1
Veränderung der Prämienüberträge	0.8	– 51.6
Verdiente Prämien	732.0	678.1
Versicherungsleistungen (Brutto)	– 593.2	– 544.3
Anteil Rückversicherung an Versicherungsleistungen	67.6	63.9
Veränderung versicherungstechnische Rückstellungen (Brutto)	7.3	4.7
Anteil Rückversicherung an versicherungstechnischen Rückstellungen	11.9	10.0
Versicherungstechnischer Aufwand	– 506.4	– 465.7
Abschlusskosten	– 144.2	– 136.2
Personalaufwand	– 50.1	– 44.1
Kosten	– 194.3	– 180.3
Kapitalerträge	46.8	38.4
Aktivzinsen	– 2.5	– 1.9
Gewinne auf Veräusserung von Kapitalanlagen	6.7	7.7
Buchmässige Gewinne auf Kapitalanlagen	44.9	34.9
Sonstiger Ertrag	0.8	1.1
Aufwendungen für Kapitalanlagen	– 2.1	– 1.5
Abschreibungen auf Kapitalanlagen	– 2.1	– 3.0
Sonstiger Aufwand	– 3.9	– 5.6
Finanzielles Ergebnis	88.6	70.1
Gesamtergebnis vor Steuern	119.9	102.2
Kapital- und Ertragssteuern	– 26.0	– 20.4
Gewinn des Geschäftsjahrs	93.9	81.8

GENERALI (SCHWEIZ) HOLDING AG

Bilanz

in Mio. CHF	31. 12. 2013	31. 12. 2012
Aktiven		
Flüssige Mittel und Festgelder	23.5	13.7
Wertschriften	0.0	0.0
Forderungen	1.0	0.0
Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen	2.4	0.0
Rechnungsabgrenzung	73.4	59.0
Total Umlaufvermögen	100.3	72.7
Beteiligungen	1'474.5	1'474.5
Nachrangige Darlehen an verbundene Unternehmen	240.6	236.6
Total Anlagevermögen	1'715.1	1'711.1
Total Aktiven	1'815.4	1'783.8
Passiven		
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	1.7	4.9
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	0.0	22.4
Darlehen von verbundenen Unternehmen	60.0	70.0
Darlehen von nahestehenden Unternehmen	419.2	413.9
Rückstellungen	73.4	84.4
Rechnungsabgrenzung	13.0	10.6
Nachrangige Darlehen von nahestehenden Personen	76.7	75.5
Total Fremdkapital	644.0	681.7
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	243.7	203.6
Gewinn des Geschäftsjahrs	74.3	45.1
Total Eigenkapital	1'171.4	1'102.1
Total Passiven	1'815.4	1'783.8

Erfolgsrechnung

in Mio. CHF	2013	2012
Ertrag		
Beteiligungsertrag	72.6	58.5
Wertschriftenertrag und Zinsen	17.3	17.5
Entnahme aus Rückstellung	11.0	0.0
Total Ertrag	100.9	76.0
Aufwand		
Zinsaufwand	22.7	29.7
Verwaltungsaufwand	1.7	0.9
Total Aufwand	24.4	30.7
Gesamtergebnis vor Steuern	76.5	45.3
Kapital- und Ertragssteuern	-2.2	-0.2
Gewinn des Geschäftsjahrs	74.3	45.1

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: Maciej Noskowski, Getty Images
Seite 8: Tres Camenzind Fotografie, Zürich
Übrige Seiten: Getty Images

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

