



GENERALI

GESCHÄFTSBERICHT **2010**
GENERALI GRUPPE SCHWEIZ

Unter dem Dach der GENERALI (Schweiz) Holding AG vereinen sich die Aktivitäten der GENERALI Personenversicherungen AG und der FORTUNA Lebens-Versicherungs AG Vaduz im Bereich der Lebensversicherung sowie der GENERALI Allgemeine Versicherungen AG und der FORTUNA Rechtsschutz-Versicherungs-Gesellschaft AG in der Nichtlebensversicherung. Zwei Gesellschaften für das Management des Fondsgeschäftes in der Schweiz und im Fürstentum Liechtenstein ergänzen die Marktaktivitäten. Die GENERALI Gruppe Schweiz richtet sich ganz auf ihre Kernkompetenzen aus. In der Lebensversicherung bedeutet dies eine Konzentration auf fondsgebundene und konventionelle Sparprodukte sowie Risikoversicherungen für die Zielgruppe Privatkunden. In der Nichtlebensversicherung steht das Angebot einer breiten Palette innovativer Produkte für Privatpersonen und speziell auch für Klein- und Mittelbetriebe im Vordergrund.

GENERALI Konzern Schweiz in Kürze	2010 CHF Mio.	Veränderungen zum Vorjahr in %
Bruttoprämien (inkl. Investment Contracts)	2 153,8	1,3
davon Kerngeschäfte	1 967,4	1,4
Kapitalanlagen (Buchwert)	10 953,2	4,5
Technische Rückstellungen (inkl. Investment Contracts)	10 878,3	4,5
Gesamtergebnis	165,9	117,9
MitarbeiterInnen (Anzahl)	2 238	-1,1

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	1
Editorial	3
Wichtige Zahlen	9
Gruppenstruktur	11
Geschäftsjahr 2010 GENERALI Gruppe Schweiz	13
Gruppe	13
Lebensversicherung	22
Nichtlebensversicherung	29
Kapitalanlagen und Fonds	34
Mitarbeitende	40
Weitere Informationen	43
Marktaktivitäten	43
Strategie	46
Projekte	48
Ausblick	50
Chronik der GENERALI Gruppe Schweiz	52
GENERALI International	54
Corporate Governance	58
Finanzielle Berichterstattung	69
Einleitung	70
Bewertungsgrundsätze	70
Bilanz	72
Erfolgsrechnung	74

Geschäftsbericht im Lichte der Kundenbeziehungen

Die GENERALI Kundinnen und Kunden stehen im Mittelpunkt unserer Gedanken und Aktivitäten. Dies gilt auch für die Gestaltung des vorliegenden Geschäftsberichts. Die Grundidee aus den Vorjahren, Leserinnen und Leser persönlich anzusprechen, wird fortgesetzt. Nach wie vor bilden Menschen das Zentrum des Bildkonzepts. Sei es durch das Abbild von Versicherungskunden aus den Bereichen private Haushalte und Unternehmen. Sei es durch die Beschreibung der Verbindung unserer Kundinnen und Kunden mit dem Versicherungsgeschäft und der Darstellung ihres Vertrauens in GENERALI. Gleichzeitig werden mit dem roten Würfel die sechs GENERALI Eckwerte auf dem Weg zum meistempfohlenen Versicherer in spielerischer Form zum Ausdruck gebracht. Es sind dies: Einfachheit, Nähe, Familie, Nachhaltigkeit, Innovation und Leadership.



Martin Zellweger
Präsident des Verwaltungsrates



Alfred Leu
Delegierter des Verwaltungsrates, CEO

Editorial

Sehr geehrte Kundinnen und Kunden

Liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Liebe Freunde des Hauses

Wir blicken auf ein turbulentes Geschäftsjahr mit vielfältigen Herausforderungen zurück. Die Folgen der Finanzkrise bleiben nach wie vor spürbar. Das volkswirtschaftliche Umfeld ist geprägt von anhaltend tiefen Zinsen an den Kapitalmärkten, dem Ausfall einzelner Staatsobligationen, teilweise hohen Staatsverschuldungen im Euro-Raum und einer damit verbundenen Krise des Euro. Die Regulierungsintensität im europäischen und im nationalen Umfeld hat zugenommen. Weitgehend ausgeblieben sind dagegen im vergangenen Jahr Grossschadensereignisse.

Vor diesem Hintergrund dürfen die für 2010 erreichten Ziele der GENERALI Gruppe Schweiz als erfreulich bezeichnet werden. Das gesamte Prämienvolumen in den Kerngeschäften nahm gegenüber dem Vorjahr um 1,4% zu. Sowohl in der Lebens- als auch in der Nicht-

lebensversicherung ist die Gruppe im Marktvergleich überdurchschnittlich gewachsen. Im Bereich Einzelleben haben wir unsere Position als Schweizer Nummer eins in der privaten Vorsorge weiter ausbauen können. Dank bedachtem Underwriting, erhöhter Effizienz und einem disziplinierten Kostenmanagement sind die versicherungstechnischen Resultate in der gesamten Gruppe gut und bilden die Basis für eine anhaltende Steigerung der Solidität unserer Gesellschaften.

Das finanzielle Ergebnis konnte deutlich verbessert werden. Dies verdanken wir der umsichtigen Wahl unserer Anlagestrategie und einer zielgerichteten Arbeitsweise im Bereich der Kapitalanlagen.

Das Gesamtergebnis der GENERALI Gruppe Schweiz präsentiert sich im Vorjahresvergleich sehr erfreulich. So schaffen wir eine wichtige Grundlage für das Vertrauen der Kundinnen und Kunden in die Leistungen unserer Gruppe.

Die Solvenzvorschriften der Eidgenössischen Finanzmarktaufsicht (FINMA) prägen in hohem Masse die aktuellen Rahmenbedingungen für die Ausübung der Geschäftstätigkeit in der Schweizer Assekuranz. Das mit dem Swiss-Solvency-Test (SST) angestrebte Ziel, die Kundinnen und Kunden im Falle der Insolvenz einer Finanzinstitution nicht zu Schaden kommen zu lassen, ist vordringlich und angesichts jüngster Ereignisse im internationalen Wirtschaftsumfeld nachvollziehbar. Allerdings droht die Gefahr, dass Schweizer Regelungen in einzelnen Bereichen weiter gehen als die europäischen Vorschriften des Solvency-II Regimes, was letztlich über eine Verteuerung der Kapitalkosten den gesamten Finanzplatz Schweiz vor Probleme stellen und für die Versicherten höhere Prämien zur Folge haben könnte.

Die GENERALI Gruppe Schweiz hat sich vertieft mit den FINMA-Vorgaben auseinandergesetzt und die damit verbundenen Chancen genutzt. Für die künftigen Herausforderungen sind wir, nicht zuletzt als Tochter eines weltweit operierenden Versicherungskonzerns, gut gerüstet. Das Geschäftsmodell wurde, insbesondere im Bereich der Lebensversicherung, Anpassungen unterzogen. Neben den Produkten der fondsgebundenen Lebensversicherung werden verstärkt Produkte der konventionellen Lebensversicherung angeboten. Ergänzung finden diese zudem durch unsere in Zusammenarbeit mit der Bank BSI entwickelten Bankprodukte sowie spezifische Angebote für das Segment 50Plus. Die individuellen Beratungsbedürfnisse unserer Kundinnen und Kunden decken wir hier über ein Netzwerk speziell ausgebildeter Pensionsplaner ab.

Die GENERALI Gruppe Schweiz profitiert wesentlich von den konzernübergreifenden Initiativen ihres italienischen Mutterhauses – und zwar hinsichtlich der Steigerung der Prozess- und Kosteneffizienz wie auch der Schaffung zusätzlicher Werte aus den verschiedensten Gebieten des Versicherungsgeschäftes. In der Schweiz hat sich GENERALI für die Erbringung und Weiterentwicklung ihrer Dienstleistungen einen umfassenden Partner-Pool aufgebaut. Dazu zählen die

«Im Bereich Einzelleben haben wir unsere Position als Schweizer Nummer eins in der privaten Vorsorge weiter ausbauen können»

zahlreichen Vertriebspartner, die Spezialisten im Bereich des telefonischen Kundenservice, der IT, der Bankprodukte sowie der Schaden- bzw. Assistanceleistungen. Es sind dies Unternehmen wie Europ Assistance, Bank BSI, Carglass und B-Source. Der dadurch resultierende

Vorsprung wird konsequent genutzt und innovativ umgesetzt. So wurde beispielsweise im Berichtsjahr das GENERALI Internet-Portal mittels neuer Technologie umgestaltet und noch kundenfreundlicher aufgebaut. Der tägliche Besuch mehrerer tausend Kundinnen und Kunden auf diesem Portal zeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind.

Die seit Jahren verfolgte Geschäftspolitik der Fokussierung auf Retailkunden der privaten Haushalte sowie auf kleine und mittlere Unternehmen bewährt sich. Im Bedarfsfall kann GENERALI im Bereich der kollektiven Kranken- und Unfallversicherung, aber auch für Grossunternehmen attraktive Lösungen anbieten.

In der Nichtlebensversicherung macht die GENERALI Gruppe Schweiz trotz starkem Druck auf die Prämien kontinuierlich Marktanteile gut – nicht zuletzt dank einer risikogerechteren Verfeinerung der Prämienberechnungsgrundlagen und IT-gestützten Automatisierungen in der Administration für Retail- sowie für Grosskunden bei Fahrzeugflottenversicherungen. Die stete Entwicklung neuer Serviceleistungen im Zusammenhang mit der Schadenerledigung und die Ergänzung von Motorfahrzeugversicherungen mit umweltschonenden Produktvarianten werden von der Kundschaft sehr geschätzt und unterstreichen die ungebrochene Innovationskraft von GENERALI. Damit ist es im Berichtsjahr zum wiederholten Male gelungen, über den Markt zu wachsen.

Die GENERALI Gruppe Schweiz pflegt ihr produktionsstarkes Netz verschiedener Verkaufskanäle mit grosser Sorgfalt. Die unseren Vertriebspartnern zur Verfügung gestellten Dienstleistungen werden laufend ausgebaut. So bleiben wir im Besonderen für unsere Makler ein verlässlicher Partner.

Im Innendienst stehen die Professionalisierung des Projektmanagements und die Weiterentwicklung des Risikomanagements im Vordergrund. Mit Organisationsanpassungen im Bereich der Produktentwicklung und der Aktuarate sowie mit

Strukturverstärkungen auf dem Gebiet der Corporate Governance wird zudem den steigenden regulatorischen Anforderungen der Finanzmarktaufsicht Rechnung getragen.

Investitionen in die Entwicklung der persönlichen und fachlichen Kompetenzen unserer Mitarbeitenden sind ein zentraler Erfolgsfaktor für das Erreichen der vorgegebenen Ziele. Im Berichtsjahr ist ein neues Führungsleitbild für die gesamte GENERALI Gruppe Schweiz entwickelt und implementiert worden. Die damit verbundenen konstruktiven Diskussionen helfen, das Führungsverständnis zu vereinheitlichen und die täglich erforderliche Kommunikation bei der Verwirklichung gemeinsam definierter Vorgaben neu zu beleben. Die im dritten Quartal 2010 bereits zum dritten Mal durchgeführte Mitarbeiterumfrage hat gezeigt, dass im Vergleich zur letzten

Umfrage von 2008 sowohl die Ziele als auch die Strategie von GENERALI auf Mitarbeiterebene besser verankert werden konnten.

Die GENERALI Gruppe Schweiz stärkt die stabile operative Basis ihrer Geschäftstätigkeit laufend und wird auch inskünftig erfolgreich sein. Wir danken im Namen des Verwaltungsrates und der Geschäftsleitung unseren Kundinnen und Kunden für das entgegengebrachte Vertrauen und unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihre Treue und ihren unermüdlichen Einsatz bei der Verfolgung unserer gemeinsamen Ziele.



Martin Zellweger
Präsident des Verwaltungsrates



Alfred Leu
Delegierter des Verwaltungsrates,
CEO



Wichtige Zahlen

Gruppe	2010 CHF Mio.	2009 CHF Mio.	Veränderungen zum Vorjahr in %
Gebuchte Bruttoprämien (inkl. Investment Contracts ¹)	2 153,8	2 126,8	1,3
davon in den Kerngeschäften	1 967,4	1 940,0	1,4
Kapitalanlagen (Buchwert)	10 953,2	10 482,8	4,5
Technische Rückstellungen (inkl. Investment Contracts ¹)	10 878,3	10 407,3	4,5
Gesamtergebnis	165,9	76,1	117,9
MitarbeiterInnen (Anzahl)	2 238	2 263	-1,1
davon Innendienst	1 592	1 651	-3,6
davon Aussendienst	646	612	5,6
Einzel Lebensversicherung			
Neugeschäft (Versicherungssummen und Renten kapitalisiert)	4 295	4 686	-8,3
Policen (Anzahl)	535 717	516 735	3,7
Bestand (Versicherungssummen und Renten kapitalisiert)	41 638	40 257	3,4
Gebuchte Bruttoprämien	1 349,5	1 352,2	-0,2
davon direkte laufende Prämien	1 252,7	1 233,4	1,6
davon Einmaleinlagen	96,7	118,8	-18,6
davon fondsgebundene Lebensversicherungen	1 090,8	1 069,7	2,0
davon Investment Contracts ¹	77,6	100,6	-22,8
Bezahlte Versicherungsleistungen brutto	565,1	568,6	-0,6
Technische Rückstellungen	9 434,2	8 943,5	5,5
Operatives Bruttoergebnis Einzel Lebensversicherung	142,1	77,7	82,9
Kollektiv Lebensversicherung («Run-off» des Geschäfts im Rahmen der beruflichen Vorsorge)			
Gebuchte Bruttoprämien	2,8	2,2	25,7
Nicht Lebensversicherung			
Bruttoprämien	801,5	772,3	3,8
davon Direktgeschäft	799,0	769,8	3,8
Bezahlte Versicherungsleistungen brutto	551,1	533,9	3,2
Technische Rückstellungen	1 178,5	1 177,4	0,1
Operatives Bruttoergebnis Nicht Lebensversicherung	31,1	37,6	-17,3

¹ Bei Investment Contracts handelt es sich um Sparversicherungen, welche gemäss IAS 39 wie Bankprodukte bilanziert werden, d.h., die Prämie wird aufgeteilt in einen Spar- und einen Kostenteil. Der Sparteil wird dabei direkt als finanzielle Verbindlichkeit passiviert und nicht mehr über die Erfolgsrechnung verbucht.

«Das Leben entdecken»

Familie Tiano, Patrick und Stéphanie mit Mathis
Motorfahrzeugversicherung FORMULA



Gruppenstruktur

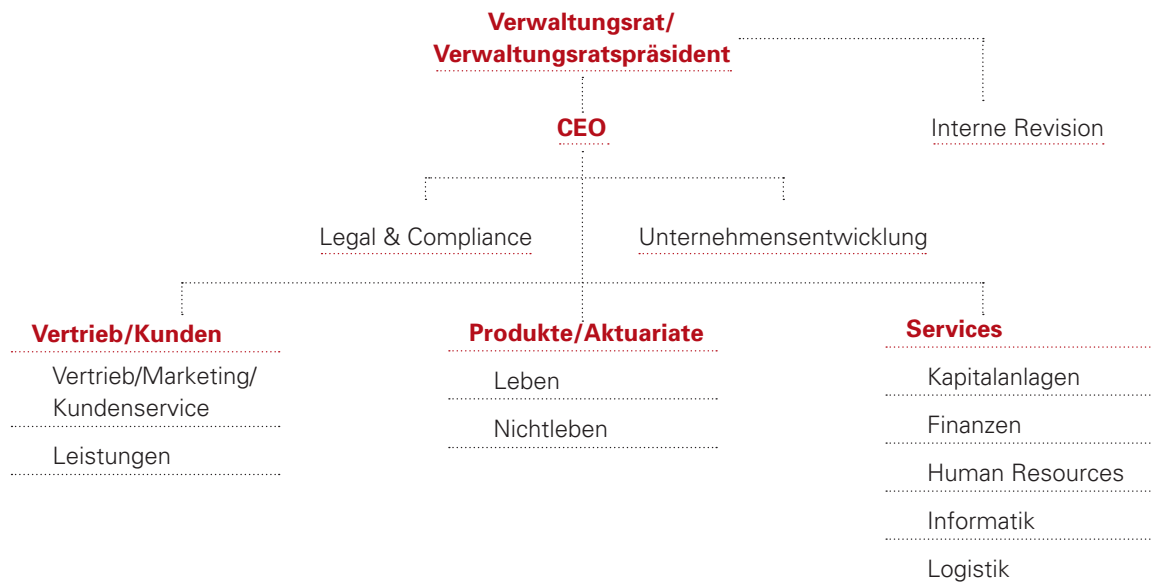
Struktur der GENERALI Gruppe Schweiz Gesellschaftsstruktur

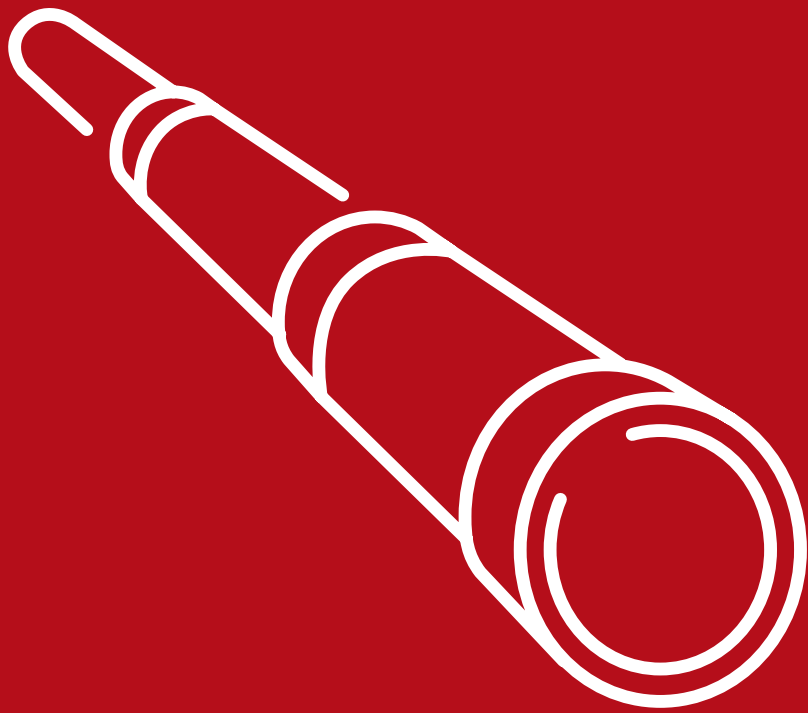


**GENERALI (Schweiz)
Holding AG**



Führungsstruktur der GENERALI Gruppe Schweiz

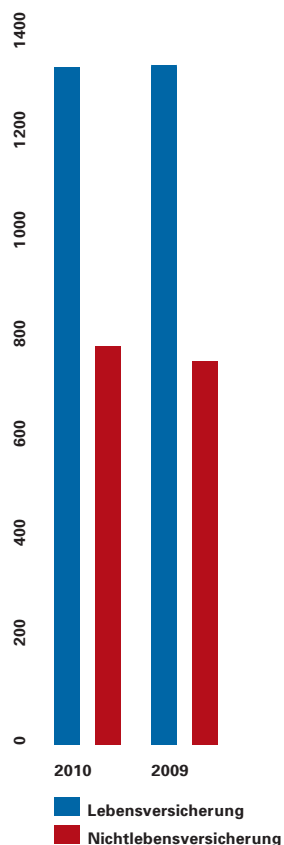




Geschäftsjahr 2010 GENERALI Gruppe Schweiz

Gruppe

Bruttoprämien
CHF Mio.



Umfeld

Das vergangene Geschäftsjahr 2010 wurde für die Schweizer Versicherungswirtschaft von folgenden Ereignissen geprägt: leichtes Wachstum in der Nichtlebensversicherung, Rückgang des Prämienvolumens in der Einzellebensversicherung mit einem eigentlichen Einbruch im Einmaleinlagegeschäft, schwieriges Währungs- und Zinsumfeld, Ausbleiben von Grossschadenereignissen wie Naturkatastrophen und gute Ergebnisse aus den operativen Geschäften. Insgesamt haben sich die Privatversicherer 2010 bei rauen Marktbedingungen gut behauptet. Sie konnten von ihren Anstrengungen der vergangenen Jahre bezüglich Verbesserung der operativen Geschäfte, Erhöhung der Profitabilität und Verstärkung bei Kapitalbasis und Risikomanagement profitieren.

In der Lebensversicherung zeigt sich nach Hochrechnungen des Schweizerischen Versicherungsverbandes (SVV) für das Jahr 2010 insgesamt ein Prämienzuwachs um 1,4% gegenüber dem Vorjahr. Dies ist angesichts der sehr schwierigen Bedingungen, insbesondere unter Berücksichtigung des Zins- und Währungsumfeldes, eine erfreuliche Entwicklung. Massgeblicher Wachstumstreiber war für einmal

die Kollektivlebensversicherung mit einer Zunahme von über 4% im Vergleich zu 2009. Das Einzellebengeschäft verzeichnete dagegen einen Rückgang um 4,5%. Allerdings wies das Vorjahr mit plus 7,5% ein relativ starkes Wachstum aus, was den Prämienrückgang im Berichtsjahr etwas relativiert. Stark eingebrochen sind die Einzellebensversicherungen mit Einmalprämien. Grund dafür bildete in erster Linie das tiefe Zinsniveau, was sich auch in einem leichten Rückgang des Prämienvolumens in der Einzellebensversicherung mit periodischen Prämien um 1,3% zeigte. Gerade in Zeiten anhaltend tiefer Zinsen wird die schädliche Wirkung der Stempelsteuer auf diese Art der individuellen Altersvorsorge sehr deutlich sichtbar: Eine Abgabe in der Höhe von 2,5% der Einmalprämie beeinflusst die Nachfrage nach solchen Lebensversiche-

rungen klar negativ. Weiterhin ungebrochen ist der Trend von der traditionellen Kapitalversicherung hin zur fondsgebundenen Lebensversicherung. Im gesamten Einzellebensversicherungsgeschäft machen die fondsgebundenen Produkte bereits über 35% des totalen Prämienvolumens aus. Bei den fondsgebundenen Lebensversicherungen mit Einmalprämien nahmen die Prämien um 8,2%, bei denjenigen mit periodischen Prämien um 3,2% zu.

Das Prämienvolumen Nichtleben stieg 2010 nach Erhebungen des SVV auf dem hiesigen Markt in sehr moderatem Umfang um insgesamt 0,4%. Diese Wachstumsrate liegt leicht unter dem Durchschnitt der Vorjahre. Die Verlangsamung des Prämienwachstums in der Schadenversicherung ist Ausdruck einer zunehmenden Verschärfung des Wettbewerbs im weitgehend gesättigten Schadenversicherungsmarkt Schweiz. Viele Anbieter wollen anhaltendes Wachstum erzielen, allerdings nur unter der Bedingung, dass dieses auch profitabel ist. Das Prämi-

envolumen in der Motorfahrzeugversicherung stieg laut ersten Auswertungen um 0,4%. Während die Motorfahrzeug-Haftpflichtversicherung einen leichten Prämienrückgang auswies, sind die Prämien in der Motorfahrzeug-Kaskoversicherung um 1,3% gestiegen. Diese Entwicklung lässt sich einerseits mit dem starken Wettbewerbsdruck unter den Autoversicherern erklären, andererseits liegt sie aber auch in einer grundsätzlichen Veränderung des Automobilmarktes Schweiz: Neben einer Zunahme der Personenwagen-Immatrikulationen um rund 11% geht der Trend beim Kauf eines Autos verstärkt zu Leistungsmerkmalen wie Energieeffizienz, Umweltfreundlichkeit und Sparsamkeit im Verbrauch. Diese in der Regel umweltfreundli-

«Gemeinsam Ziele erreichen»

Firma Virtua, Marcel Prisi, Steve Savioz, Yannick Burky, Raphael Augustin
KMU Paketversicherung MODULA



chen Kleinwagen können bei vielen Marktteilnehmern zu tieferen Haftpflichtprämien versichert werden – mit entsprechender Auswirkung auf das gesamte Prämienvolumen der Branche. In den Sparten Feuer-, Elementarschaden- und übrige Sachversicherungen ist von einer Stagnation des Prämienaufkommens auszugehen. Diese Entwicklung ist als verzögertes Resultat des negativen Wirtschaftswachstums und einer gedämpften Konsumentenstimmung im Jahr 2009 zu sehen.

Seit dem 1. Januar 2011 gelten für die Schweizer Versicherungswirtschaft die Vorgaben des Swiss-Solvency-Tests (SST). Die von der FINMA erlassenen Kapitalanforderungen sind anspruchsvoll und die angemessene Kalibrierung der zu berücksichtigenden Risikomodelle bildet Gegenstand diverser Diskussionen. Mit Blick auf Europa warnen die Privatversicherer vor einer Schwächung der Wettbewerbsfähigkeit des Finanzplatzes Schweiz, sollte der SST härter ausfallen als Solvency-II, das entsprechende Pendant in der EU.

Anfang 2011 beträgt die Zahl der in der hiesigen Versicherungswirtschaft (inkl. Krankenkassen) beschäftigten und auch in der Schweiz arbeitenden Personen 48 660 – davon 8 630 im Aussendienst. Dies entspricht insgesamt einer Abnahme um 1,5% gegenüber dem Vorjahr.

Eine Reihe wichtiger Gesetzesprojekte bestimmte 2010 das rechtliche Umfeld der Versicherungsbranche. Zentrale Vorlage bleibt die Totalrevision des Bundesgesetzes über den Versicherungsvertrag (VVG). Die künftige Ausgestaltung des VVG ist für die Privatassekuranz von grosser Bedeutung, weil dadurch die Vertragsbeziehung zwischen Versicherern und Kunden sowie die Produktgestaltung der Versiche-

rer massgeblich beeinflusst wird. Hauptziele der Revision bilden die Anpassung des über hundertjährigen VVG an die heutigen Konsumgegebenheiten sowie eine Stärkung der Rechtsposition von Versicherungsnehmern und weiteren aus dem Versicherungsvertrag berechtigten Personen. Die Versicherer setzen sich für ein zeitgemässes VVG ein, allerdings wird die sehr

hohe Regelungsdichte des aktuellen Vorschlags beanstandet. Die grundrechtlich geschützte Vertragsfreiheit erfährt wesentliche Einschränkungen, da die zwingenden VVG-Normen rund 90% des gesamten Regelwerkes ausmachen sollen. Die Ergebnisse aus dem Vernehmlassungsverfahren wurden 2010 publiziert. Ein entsprechender Gesetzesentwurf mit bundesrätlicher Botschaft darf im Verlaufe der zweiten Jahreshälfte 2011 erwartet werden. Ein weiteres Revisionsprojekt bildet die Überarbeitung des Bundesgesetzes über die Unfallver-

Aufteilung der Bruttoprämien nach Branchen	2010 Prämie CHF Mio.	2010 Anteil in %	2009 Anteil in %	Veränderung zum Vorjahr in %
Lebensversicherung	1 352,3	62,8	63,6	-0,2
Einzelleben, fondsgebunden inkl. Zusatzversicherungen	1 090,8	50,7	50,3	2,0
Investment Contracts	77,6	3,6	4,7	-22,8
Übriges Einzelleben	180,9	8,4	8,5	-0,5
Kollektivleben	2,8	0,1	0,1	25,7
Übernommenes Geschäft	0,2	0,0	0,0	-25,8
Nichtlebensversicherung	801,5	37,2	36,4	3,8
Motorfahrzeugversicherung	396,0	18,3	18,0	3,7
Übriges Retailgeschäft	246,9	11,5	11,4	2,1
Kollektiv-Personenversicherung	156,1	7,3	6,9	7,1
Übernommenes Geschäft	2,5	0,1	0,1	-1,0
Total	2 153,8	100,0	100,0	1,3

sicherung (UVG). Im Herbst des Berichtsjahres hat der Nationalrat entschieden, die ihm unterbreitete Gesetzesvorlage an den Bundesrat zurückzuweisen. Dadurch verlor das Parlament wertvolle Zeit. Das UVG hat seit seiner Inkraftsetzung im Jahr 1984 keine grundlegenden Änderungen erfahren, obwohl sich die juristische Basis anderer Sozialversicherungen bis heute stark gewandelt hat. Es wäre somit dringend erforderlich, verschiedene Rechtsunsicherheiten zu beseitigen und für bisherige Änderungen in der Durchführung der Unfallversicherung die nötige Rechtsgrundlage zu schaffen. Seitens der Privatversicherer wird deshalb das Projekt «UVG-Revision light» favorisiert, welches zumindest die Anpassung technisch notwendiger Artikel zur Vermeidung von Gesetzeslücken und eine klare Abgrenzung der Zuständigkeiten von Privatassekuranz und Suva anstrebt.

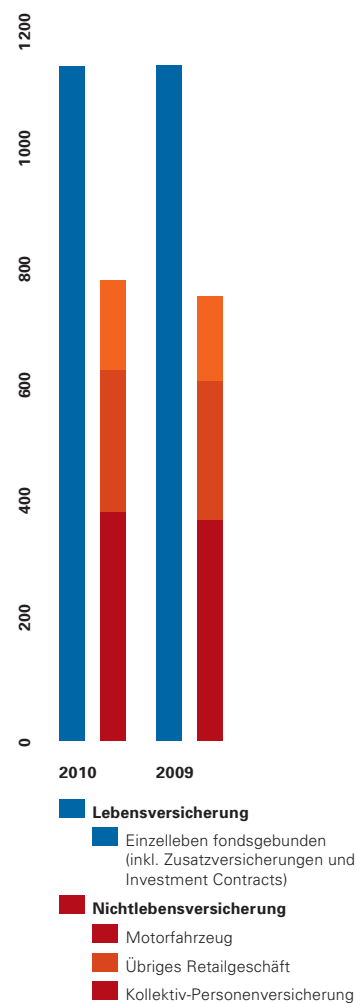
Positionierung von GENERALI

GENERALI nimmt bezüglich Portefeuille-Zusammensetzung im Vergleich mit den übrigen Allbranchenversicherern auf dem Schweizer Markt seit jeher eine besondere Stellung ein.

2010 erwirtschaftete die GENERALI Gruppe Schweiz 62,8% der Prämien in der Lebens- und 37,2% in der Nichtlebensversicherung. Bei der Lebensversicherung entfallen 99,9% auf das Einzelleben- und lediglich noch 0,1% auf das auslaufende Kollektivlebensgeschäft. 86,4% der Einzellebenprämien stammen aus fondsgebundenen Versicherungen.

In der fondsgebundenen Einzellebens- wie in der Nichtlebensversicherung verbleibt die GENERALI Gruppe Schweiz auf dem Erfolgspfad und verzeichnet für 2010 trotz schwierigem Marktumfeld weiterhin ein sehr erfreuliches Prämienwachstum, welches über demjenigen des Schweizer Marktes verläuft. Speziell präsentiert sich das Wachstum Nichtleben, das seit nunmehr fünf Jahren ohne Unterbruch positiv ist und aktuell deutlich über dem Markt liegt. Gleichzeitig ist es

**Bruttoprämien
Kerngeschäft
CHF Mio.**



GENERALI in wesentlichem Umfang gelungen, die ambitionierten Kostenziele einzuhalten und die damit verbundenen positiven Ergebnisse der Vorjahre fortzusetzen.

Operatives Geschäft

Die ganze Gruppe hat im Berichtsjahr ihre Anzahl Kundinnen und Kunden aus den Geschäftsaktivitäten der Schweizer und Liechtensteiner Gesellschaften um 41 577 auf total 1 045 116 steigern können. Die Bruttoproduktion in der Einzellebensversicherung erreicht mit CHF 3,21 Mia. Versicherungssumme wiederum ein hohes Niveau. In der Nichtlebensversicherung liegt die neu produzierte Prämie brutto bei CHF 227,7 Mio., netto bei CHF 70,3 Mio. Im eigentlichen Kerngeschäft der Gruppe erhöhten sich die Prämien um 1,4% auf CHF 1 967,4 Mio. In der Nichtlebensversicherung erreichten die Prämien insgesamt mit einem Wachstum von 3,8% CHF 801,5 Mio. In der fondsgebundenen Lebens-

versicherung stiegen die Prämien um 2,0% auf CHF 1 090,8 Mio. Insgesamt erhöhte sich die Bruttoprämie der GENERALI Gruppe Schweiz um 1,3% auf CHF 2 153,8 Mio.

Im Berichtsjahr sind Naturkatastrophen gänzlich ausgeblieben. Die Sachversicherungsbranchen weisen ein sehr gutes Schadenergebnis aus. Frequenzsteigerungen in der Motorfahrzeug-Kasko Branche sowie bei den kollektiven Personenversicherungen belasteten das Resultat insgesamt stärker als im Vorjahr. Die Kostenentwicklung ist weiterhin erfreulich. Die im Zusammenhang mit der Vereinheitlichung der Verwaltungssysteme und der Optimierung interner Prozesse unternommenen Anstrengungen zeitigten entsprechende Auswirkungen, so dass der Verwaltungskostensatz nochmals deutlich gesenkt werden konnte. Insgesamt hat sich die Brutto-Combined-Ratio leicht verschlechtert, entspricht aber mit 92.6% weiterhin einem deutlich positiven technischen Ergebnis. Ebenso ist die Solvenzreserve SST stabil geblieben. Sie entspricht einem überdurchschnittlichen Solvenzgrad.

Konzernergebnis

Das Konzernergebnis weist für das Berichtsjahr 2010 einen Gewinn von CHF 165,9 Mio. auf, gegenüber CHF

«Das Konzernergebnis weist für das Berichtsjahr einen Gewinn von CHF 165,9 Mio. auf, gegenüber CHF 76,1 Mio. im Vorjahr»

Finanzielles Ergebnis

Die im Verlaufe der zweiten Jahreshälfte einsetzende Erholung an den Kapitalmärkten wirkte sich positiv aus. Das finanzielle Ergebnis konnte im Vorjahresvergleich deutlich verbessert werden und schliesst für 2010 positiv mit einem Gewinn von CHF 40,8 Mio., gegenüber einem Verlust von CHF 3,4 Mio. im Vorjahr, ab.

76,1 Mio. im Vorjahr. Das gute Resultat ist massgeblich auf die starke Zunahme des technischen Ergebnisses in der Lebensversicherung zurückzuführen sowie auf ein positives finanzielles Ergebnis nach zwei vorangegangenen Perioden mit negativen Vorzeichen.

Übersicht Konzernergebnis

	2010 CHF Mio.	2009 CHF Mio.	Veränderung zum Vorjahr in %
Operatives Bruttoergebnis Einzellebensversicherung	142,1	77,7	82,9
davon Einzelleben, fondsgebunden	75,5	44,3	70,4
davon übriges Einzelleben	66,6	33,4	99,5
Operatives Bruttoergebnis Kollektivlebensversicherung	0,2	-2,2	NA
Operatives Bruttoergebnis Nichtlebensversicherung	31,1	37,6	-17,3
davon Motorfahrzeugversicherung	14,2	7,2	98,3
davon übriges Retailgeschäft	29,9	21,5	38,9
davon Kollektiv-Personenversicherung	-13,0	8,9	NA
Rückversicherung	-14,6	-7,8	87,9
Finanzielles Ergebnis	40,8	-3,4	NA
Ergebnis vor Steuern	199,6	102,0	95,7
Steuern	-33,7	-25,9	30,4
Gesamtergebnis	165,9	76,1	117,9

«Immer für mich da»

Isabelle Kappeler
Reiseversicherung ASSISTANCE



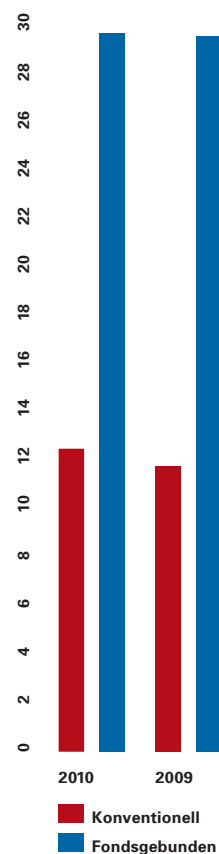
Lebensversicherung

Allgemeines/Umfeld

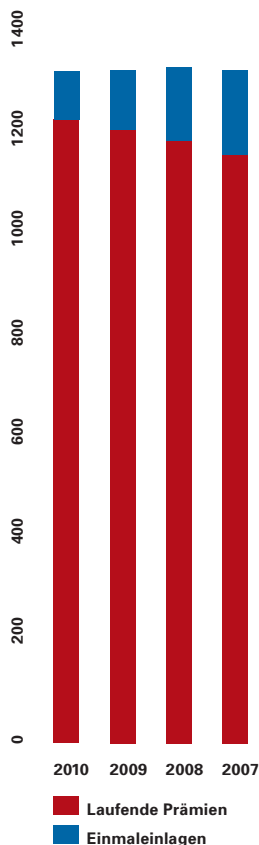
Trotz schwierigen Marktbedingungen mit rekordtiefen Zinsen und anhaltenden Unsicherheiten an den Finanzmärkten gelang es GENERALI, die positive Entwicklung der Vorjahre erfolgreich fortzuführen und Marktanteile hinzuzugewinnen. Im wichtigsten Produktbereich der fondsgebundenen Lebensversicherungen konnte eine weitere Steigerung verzeichnet werden. Bei gesamthaft rückläufigem Prämienvolumen im hiesigen Markt nimmt GENERALI mit einem Prämienwachstum von 3,3% im Schweizer Einzellebensversicherungsgeschäft mit laufenden Bruttoprämien die Position des Marktleaders ein. Zu diesem Erfolg mit beigetragen haben neben dem Kerngeschäft der fondsgebundenen Lebensversicherungen vermehrt auch wieder konventionelle Produkte, welche im aktuellen Finanzmarktumfeld an Attraktivität und Bedeutung gewinnen. Es gilt, die bestehenden Lebensversicherungsprodukte den geänderten Marktbedingungen sowie den heu-

tigen Kundenbedürfnissen anzupassen, um für den zukünftigen Wettbewerb gerüstet zu sein. Die Kunden profitieren aufgrund strenger Kapitalanforderungen bei den Lebensversicherern einerseits von einer noch höheren Sicherheit. Andererseits wirkt sich diese zusätzlich geschaffene Sicherheit auf die Produktgestaltung sowie die Leistung bzw. den Preis aus. Steht bei Abschluss einer Lebensversicherung heute vor allem die Höhe der garantierten Leistung im Vordergrund, so gilt es mit Blick in die Zukunft, auch dem langfristigen Renditepotenzial der gewählten Anlagen und deren Volatilität sowie den Kundenbedürfnissen nach Flexibilität ausgewogen Rechnung zu tragen.

**Bestand Einzellebensversicherung inkl. Investment Contracts
CHF Mia.**



**Bruttoprämien Einzel-
lebensversicherung
inkl. Investment Contracts
CHF Mio.**



Produkte und Innovationen

Seit Juli des Berichtsjahres verfügt GENERALI, wie bereits im Einmaleinlagebereich, auch bei den konventionellen Lebensversicherungen mit periodischer Prämie über ein attraktives und konkurrenzfähiges Produkt. Die Förderung der konventionellen Lebensversicherung als alternative Lösung zur fondsgebundenen Lebensversicherung wie auch zur Risikoversicherung rundet das Angebot der GENERALI ab und führt zudem zu einer besseren Diversifikation des Bestandes.

Mit Einführung der neuen «Tarifgeneration 2011» im Oktober 2010 hat GENERALI ihre Produktpalette im Bereich der fondsgebundenen Lebensversicherungen komplett überarbeitet und ihre Produkte im Kerngeschäft an die heutigen Rahmenbedingungen sowie die potenziellen Kundenwünsche angepasst. Ebenso wurde das bestehende Angebot gestrafft und mit Lancierung der drei Garantieklassen «Classic», «Plus» und «Profit» besser auf die individuellen Sicherheits- und Renditebedürfnisse der Kundschaft ausgerichtet.

Neben den «Best Selection»-Anlageplänen stehen den Kunden als weitere Anlagemöglichkeiten neu auch die «FORTUNA Multi INDEX»-Fonds zur Auswahl. Bei diesen wird über einen Dachfonds der FORTUNA Investment AG Adliswil angelegt, welcher, gegliedert nach Teilvermögen, in verschiedene Zielfonds (hauptsächlich ETFs oder Indexfonds) investiert.

Die im November 2010 lancierte «Vorsorgepolice» verbindet als Verkaufsunterstützung die Vorteile der verschiedenen Produkte der drei Garantieklassen und ermöglicht es den Kunden, gleichzeitig einen gewissen Anteil der Prämie in fondsgebundene Produkte mit oder ohne Garantie sowie in konventionelle Produkte zu investieren. Weitere flexible und innovative Produkte sind in Vorbereitung.

«Ein Leben lang begleiten»

Familie Buhagiar Grosz, Alain und Elisabeth mit Anne-Sophie und Samuel
Kombinierte Rechtsschutzversicherung



Mit dem neuen «Auszahlungsplan» verfügt GENERALI für das Segment 50Plus als Alternative zu einer lebenslangen Leibrentenlösung nun ebenfalls über ein konventionelles Angebot für die Vorsorgeplanung. Die eigentliche Lancierung erfolgt im Rahmen des neuen «Rentenplans» Anfang 2011. Dabei han-

«Bei gesamthaft rückläufigem Prämienvolumen im hiesigen Markt nimmt GENERALI mit einem Prämienwachstum von 3,3% im Schweizer Einzellebensversicherungsgeschäft mit laufenden Prämien die Position des Marktleaders ein»

delt es sich um eine neuartige Lösung, welche die Vorteile einer geplanten Einkommensausschüttung gemäss Auszahlungsplan mit der Versicherung für Langlebigkeit kombiniert und den Kunden nebst steuerlichen Vorteilen auch Flexibilität bei der individuellen Vertragsgestaltung bietet.

Neugeschäft

Die Bruttoproduktionssumme, welche das neuproduzierte Lebensversicherungsgeschäft auf Basis der entsprechenden Produktionsgrundlagen widerspiegelt, ist mit CHF 3,21 Mia. um 8% tiefer ausgefallen als im Vorjahr. Die fondsgebundenen Kapitalversicherungen weisen mit 63,6% (Vorjahr 69,9%) den grössten Teil der Produktion auf, wobei 98,3% (Vorjahr 97,7%) auf Policen mit periodischen Prämien entfallen. Aufgrund ihrer höheren Attraktivität nach der Tarifrevision konnte bei den gemischten konventionellen Versicherungen die Produktion gegenüber dem Vorjahr fast vervierfacht werden.

Bestandesentwicklung

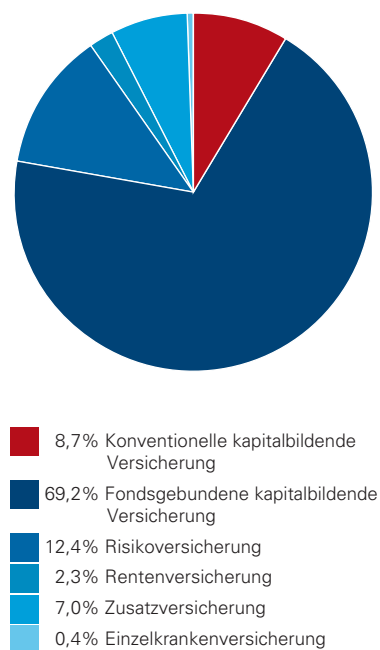
Die Tendenz zum Abschluss fondsgebundener Produkte mit garantierter Mindestablaufleistung setzt sich ungebrochen fort. Der Bestand der konventionellen gemischten Versicherungen hat um 6,1% zugenommen, dies aufgrund der Einführung des erwähnten neuen konventionellen Produktes. Die fondsgebundenen gemischten Versicherungen verzeichnen einen Zuwachs von 2,1% auf CHF 29,4 Mia. Diese entsprechen mittlerweile einem Anteil von 69,2% am Gesamtbestand. Der Bestand an kapitalisierter Versicherungssumme in der Einzellebensversicherung ist um 3,4% auf CHF 41,6 Mia. gewachsen.

Geschäftsverlauf

Die gebuchten Bruttoprämien im gesamten Lebensversicherungsgeschäft sind im Vorjahresvergleich mit CHF 1352,3 Mio. (Vorjahr CHF 1354,5 Mio.) leicht zurückgegangen. Der Produktionsrückgang bei Produkten mit Einmalprämienfinanzierung im fondsgebundenen Bereich und bei den Investment Contracts konnte durch eine Stei-

gerung der laufenden Prämien des Einzellebensversicherungsgeschäfts um 1,6% auf CHF 1252,7 Mio. weitgehend ausgeglichen werden. Die laufenden Prämien im Kerngeschäft der fondsgebundenen Lebensversicherungen inklusive Zusatztarife erhöhten sich um 2,0% auf CHF 1090,8 Mio. Das Neugeschäft, bestehend aus kapitalisierten Versicherungssummen und Renten, ist um 8,3% auf CHF 4295 Mio. zurückgegangen. Der vermehrte Abschluss reiner Todesfallversicherungen und konventioneller gemischter Versicherungen ist erfreulich. Dies erhöht den Diversifikationsgrad. Die entsprechenden Versicherungssummen im Bestand sind aussergewöhnlich stark um 21,1% angestiegen. Die bezahlten Versicherungsleistungen sind mit CHF 565,1 Mio. um 0,6% leicht zurückgegangen.

Bestand Einzellebensversicherung 2010



Fürstentum Liechtenstein

Die Neuproduktion ist im Vorjahresvergleich um 23,5% zurückgegangen. Der negative Trend aus dem Vorjahr hat sich entgegen den Erwartungen fortgesetzt und rührt vor allem aus dem Wertverfall des Euro gegenüber dem Schweizer Franken und dem Wegfall eines grösseren Vertriebsträgers.

Bruttoprämien	2010	Veränderung
	CHF 1000	zum Vorjahr in %
Kerngeschäft	1 168 395	-0,2
Einzel Lebensversicherung		
Fondsgebunden mit laufender Prämie	945 989	3,2
Fondsgebunden mit Einmalprämie	30 420	-27,3
Zusatzversicherungen		
fondsgebundener Policen	114 394	3,1
Investment Contracts mit laufenden Prämien	58 999	-7,1
Investment Contracts mit Einmalprämien	18 593	-49,9
Übrige Einzel Lebensversicherung	181 076	-0,5
Konventionell mit laufender Prämie	120 181	-6,0
Zusatzversicherungen		
konventioneller Policen	16 826	-3,5
Konventionell mit Einmalprämie	43 819	10,5
Indirektes Geschäft	250	-25,8
Geschäft im «Run-off»	2 800	25,7
Kollektiv Lebensversicherung		
mit laufender Prämie	2 134	6,0
mit Einmalprämie	666	210,3
Total	1 352 271	-0,2

Operatives Ergebnis

Das operative Bruttoergebnis in der Einzel Lebensversicherung hat sich von CHF 77,7 Mio. im Vorjahr auf CHF 142,1 Mio. fast verdoppelt. Das tiefere Vorjahresresultat ist hauptsächlich auf die Bildung von Reserven für Zinsgarantien zurückzuführen. Das Risikoergebnis aus Sterblichkeit und Invalidität in der Einzel Lebensversicherung fiel im Jahr 2010 erwartungsgemäss und gut aus. Das Verwaltungskostenergebnis hat sich im Vorjahresvergleich um 2,8% verbessert. Das Abschlusskostenergebnis ist mit CHF 23,1 Mio. (Vorjahr 16,6 Mio.) sehr gut ausgefallen.

In der Kollektiv Lebensversicherung verbesserte sich das operative Bruttoergebnis von CHF -2,2 Mio. auf CHF 0,2 Mio. Wesentliche Ursache dafür bildeten ausserordentliche Einzahlungen auf Sparguthaben, welche die gebuchten Bruttoprämien ansteigen liessen.

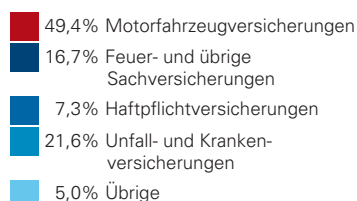
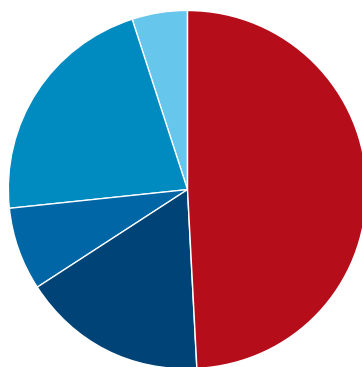
«Miteinander vorausschauen»

Florian Zermatten und Mélanie Pellaud
Hausratversicherung PRISMA Flex



Nichtlebensversicherung

**Zusammensetzung
des Portfolios
(Prämien)**



Allgemeines/Umfeld

Der Betrieb des Versicherungsgeschäfts Nichtleben der GENERALI Gruppe Schweiz erfolgt über die GENERALI Allgemeine Versicherungen AG mit Hauptsitz in Nyon sowie über die FORTUNA Rechtsschutz-Versicherungs-Gesellschaft AG in Adliswil.

In einem nach wie vor von hartem Wettbewerb und Preisdruck geprägten Umfeld hat es GENERALI verstanden, auch das Jahr 2010 erfolgreich zu gestalten. Hauptvoraussetzungen für diesen Erfolg waren Flexibilität und Innovation. Diese Faktoren ermöglichten ein Wachstum, das über dem Marktdurchschnitt liegt und sorgten für ein erfreuliches technisches Ergebnis.

Produkte und Innovationen

GENERALI verfolgt weiterhin eine von Innovationsgeist geprägte Strategie im Bereich der Produkt- und Dienstleistungsentwicklung. So hat sie 2010 zusätzliche flexible Tarife eingeführt, um der Kundschaft unter

Berücksichtigung individueller Risikoprofile und Versicherungsbedürfnisse massgeschneiderte Lösungen anbieten zu können. Ihr Engagement für die Umwelt dokumentiert GENERALI mit innovativen Tarifen im Segment Motorfahrzeugversicherungen. Neu werden Fahrzeughaltern, die über eine Energieplakette A oder B verfügen, Zusatzrabatte von bis zu 25% eingeräumt.

Auf dem Gebiet der kollektiven Personenversicherungen kommen die Unternehmenskunden dank der laufenden Weiterentwicklung von «GENERALI Care Management» in den Genuss umfangreicher Unterstützungsleistungen. Bei diesem Produkt werden vier Leistungsgruppen angeboten, die abhängig vom jeweiligen Kundenbedarf als ein-

einzelne Module in Anspruch genommen werden können: Case Management, Verwaltung von Abwesenheitszeiten, Gesundheitsförderung im Unternehmen sowie statistische Auswertungen. Das der Kundschaft zur Verfügung gestellte Know-how und die vorgesehenen Serviceleistungen decken die Erwartungen gut ab und tragen zur vielversprechenden Entwicklung dieser Versicherungsbranchen bei.

Mit der Integration zusätzlicher Dienstleistungen in ihre Produkte war GENERALI auch 2010 erfolgreich. Die im Rahmen der Leistungserbringung angebotene Serviceoption «FLEXICAR» bestätigte dies mit einem Zuwachs von 37% gegenüber dem Vorjahr. Das Leistungspaket umfasst im Zusammenhang mit der Behebung eines

Motorfahrzeugschadens die Übernahme des Autos am Wohnort der Kundin oder des Kunden und die anschliessende Rückführung des Fahrzeugs ohne weiteren Zusatzaufwand. Eindrücklich unterstrichen wird der geschilderte Erfolg durch die gemessene Zufriedenheit der Kunden, welche die Leistung in Anspruch genommen haben: Der Zufriedenheitsindex beträgt 97,8%. Abschliessend zu erwähnen sind

Bruttoprämien nach Branchen	2010	Veränderung
	CHF 1 000	zum Vorjahr in %
Motorfahrzeugversicherung	395 966	3,7
Haftpflicht	199 334	4,8
Kasko	182 836	2,8
Insassen	13 796	-1,4
Übriges Retailgeschäft	246 902	2,1
Feuer- und übrige Sachversicherungen	133 522	2,2
Haftpflicht	58 484	0,3
Unfall/Kranken	16 830	-5,8
Rechtsschutz	25 123	9,7
Übrige	12 943	6,3
Kollektiv-Personenversicherung	156 175	7,1
Kollektivunfall/UVG	89 050	11,2
Kollektivkranken	67 125	2,0
Übernommenes Geschäft	2 514	-1,0
Total	801 557	3,8

die kundenfreundlich gestalteten Abläufe im Zusammenhang mit der Reparatur von Windschutzscheiben. Auch für diese Dienstleistung wurde im Berichtsjahr ein erfreuliches Ergebnis erzielt.

«Der Erfolg der Serviceoption «FLEXICAR» bei den Kunden ist eindrücklich: Der Zufriedenheitsindex beträgt 97,8%»

Getreu der Devise «Einfach GENERALI» sind wir ständig bestrebt, unsere Kunden zu unterstützen und ihnen das Leben zu erleichtern. Um Komplettlösungen für die jeweiligen Kundenbedürfnisse anbieten zu können, werden Prozesse den einzelnen Kundensegmenten entsprechend angepasst und Kooperationen mit spezialisierten Partnern gesucht.

Geschäftsentwicklung

Das Prämienvolumen im Bereich Nichtleben verzeichnet mit einem Zuwachs von 3,8% gegenüber dem vorangegangenen Geschäftsjahr eine sehr erfreuliche Entwicklung. Dieses Wachstum ist in erster Linie auf den positiven Geschäftsgang in den Branchen Motorfahrzeugversicherung, Unfallversicherung und Kollektiv-Erwerbsausfallversicherung bei Krankheit sowie Rechtsschutz zurückzuführen.

In der Motorfahrzeugversicherung konnte ein Anstieg um 3,7% verzeichnet werden. Die Haftpflichtversicherung wuchs um 4,8%, der Kaskobereich stieg um 2,8%. Neu eingeführte Tarife und erfolgreiche Kundenbindungsmassnahmen waren der Schlüssel zu dieser starken Produktion.

Der Abschluss mehrerer wichtiger Kollektivverträge mit Gültigkeitsdatum 1. Januar 2010 hat das Prämienwachstum in den Segmenten Kollektivunfall- und kollektive Krankenversicherung mit 7,1% äusserst positiv beeinflusst.

«Neue Perspektiven entdecken»

Emmanuel Siegfried
Lebensversicherung SCALA Plus



Operatives Ergebnis

Die Folgen der Hagelschäden vom Juli 2009, die sich mit entsprechendem Rückstellungsbedarf für das Jahr 2010 manifestierten, Frequenzsteigerungen, vorab in der Kasko-, aber auch in den Haftpflichtsparten sowie konjunkturbedingte Verschlechterungen der Rahmenbedingungen bei den kollektiven Personenversicherungen haben sich erschwerend auf das vergangene Geschäftsjahr ausgewirkt. Wo möglich und erforderlich, wurden entsprechende Massnahmen eingeleitet. Dank einem ausgezeichneten Kostenmanagement bleibt die Brutto-Combined-Ratio mit 92,6% erfreulich tief und annähernd auf Vorjahresniveau.

Die Gesamtsumme der ausbezahlten Versicherungsleistungen brutto betrug im Jahr 2010 CHF 551,1 Mio. Das operative Bruttoergebnis im Bereich Nichtlebensversicherung beläuft sich auf CHF 31,1 Mio. nach CHF 37,6 Mio. im Vorjahr.

Rechtsschutzversicherung

Das Prämienvolumen der FORTUNA Rechtsschutz-Versicherungs-Gesellschaft AG ist 2010 um 9,7% gewachsen. Mit CHF 25,1 Mio. ist das anvisierte Produktionsziel erreicht worden. Das weitere Wachstum soll durch einen kontinuierlichen Ausbau des Schadenbüro-netzes unter Nutzung von Synergien aus der Zusammenarbeit mit der Verkaufsorganisation der GENERALI Gruppe Schweiz gefördert werden. Die Brutto-Combined-Ratio weist mit 93,7% ein positives Niveau auf.

Entwicklung der Brutto-Combined-Ratio	2006 in %	2007 in %	2008 in %	2009 in %	2010 in %
Motorfahrzeug	92,4	92,1	88,7	91,8	89,5
Übriges Retailgeschäft	91,1	91,3	90,2	91,2	89,6
Kollektiv-Personenversicherung	97,5	96,8	102,4	95,4	105,1
Total	92,8	92,7	91,7	92,4	92,6

Kapitalanlagen und Fonds

dürfte die Risikoprämie im Kapitalmarktzins aufgrund der hohen Mittelaufnahme der Staaten steigen. Damit wird der Gesamtertrag auf Anleihen hinter der ohnehin schon tiefen laufenden Verzinsung zurückbleiben.

Entwicklung der Kapitalmärkte

Das Jahr 2010 war geprägt von sehr hoher Volatilität auf den Finanzmärkten. Massgeblich hierfür waren zwischenzeitlich aufkommende Wachstumsorgen sowie die eskalierende Staatsschuldenkrise im Euro-Raum. Dies hat zu einer stark divergierenden Entwicklung auf den Finanzmärkten geführt, wobei insbesondere im Euro-Raum die Ertragsunterschiede gross waren. Aufgrund der anhaltenden Sorgen über die Staatsfinanzen dürfte die Schwankungsintensität auf den Finanzmärkten auch im Jahr 2011 hoch bleiben. Allerdings spricht die robuste Verfassung der Weltkonjunktur dafür, dass sich die meisten Aktienmärkte positiv entwickeln werden.

Eingetrübt sind die Ertragsperspektiven auf den Obligationenmärkten. Auch wenn nicht mit einem sehr kräftigen Zinsanstieg zu rechnen ist,

Hauptrisiko für die Finanzmärkte bleibt die Staatsschuldenkrise. Fortschritte sind sowohl bei der Überarbeitung des Stabilitäts- und Wachstumspaktes als auch bei der Reduzierung der Haushaltsdefizite zu erkennen. Es dürfte aber schwierig bleiben, das Vertrauen der Investoren rasch zurückzugewinnen.

In diesem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld konnte sich die GENERALI Gruppe Schweiz gut behaupten. Dank der vorsichtigen Anlagepolitik gelang es, auf den Kapitalanlagen für konventionelle Versicherungen eine positive Performance von 3% zu erwirtschaften. Ausschlaggebend für dieses erfreuliche Resultat waren die Bonität und Duration des Obligationenportfolios, der grosse Anteil qualitativ hochstehender Liegenschaften sowie die konsequente Absicherung der Fremdwährungsrisiken.

Kapitalanlagen

Die Kapitalanlagen der GENERALI Gruppe Schweiz für konventionelle Versicherungen erhöhten sich im letzten Jahr um 1,3% auf CHF 5,10 Mia. Während die übrigen Anteilscheine (-31,0%), Hypotheken (-10,1%) und Darlehen (-6,7%) zurückgingen, stiegen die übrigen Kapitalanlagen um 153,4%, dies hauptsächlich bedingt durch den höheren Bestand an Zinsabsicherungsinstrumenten für fondsgebundene Lebensversicherungen. Der Anteil der Liegenschaften (-1,9%), festverzinslichen Wertpapiere (0,9%) und Aktien (0,3%) blieb demgegenüber beinahe konstant. Der effektive Aktienanteil (nach Absicherung) nahm von 3,5% auf 5,1% zu.

Der Bestand an Anteilscheinen für die fondsgebundenen Versicherungen und Investment Contracts stieg insbesondere aufgrund des Neugeschäfts um 7,4% auf CHF 5,86 Mia. Dies entspricht 53,5% (Vorjahr 52,0%) der Gesamtanlagen.

Kapitalanlagen: Bestand zu Buchwerten nach Anlagekategorien

Anlagekategorie	2010 CHF 1 000	2009 CHF 1 000	Veränderung in %	2010 Anteil in %	2009 Anteil in %
Grundstücke und Bauten	888 368	905 551	-1,9	17,4	18,0
Hypotheken	590 228	656 178	-10,1	11,6	13,0
Festverzinsliche Wertpapiere	2 668 204	2 644 472	0,9	52,3	52,6
Aktien und Aktien-Anteilscheine	295 971	295 042	0,3	5,8	5,9
nach Absicherung	261 370	173 912	50,3	5,1	3,5
Übrige Anteilscheine	181 272	262 650	-31,0	3,6	5,2
Darlehen	117 384	125 843	-6,7	2,3	2,5
Übrige Kapitalanlagen	355 475	140 299	153,4	7,0	2,8
Kapitalanlagen konventionelle Versicherung	5 096 902	5 030 035	1,3	100,0	100,0
Anteilscheine fondsgebundene Lebens- versicherung und Investment Contracts	5 856 343	5 452 800	7,4		
Total Kapitalanlagen	10 953 245	10 482 835	4,5		

Der Ertrag aus Kapitalanlagen im konventionellen Geschäft erhöhte sich um 28,9% auf CHF 339,0 Mio. Während die laufenden Erträge aufgrund tieferer Zinsen und rückläufiger Bestände der zinsrelevanten Anlageklassen um 3,3% zurückgingen, nahmen die buchmässigen Gewinne stark zu. Letzteres ist vor allem auf die Wertzunahme der Zinsabsicherungsinstrumente als Folge der tieferen Zinsen zurückzuführen. Der Aufwand für Kapitalanlagen ging um 38,6% auf CHF 129,1 Mio. zurück, hauptsächlich bedingt durch

den Rückgang der Abschreibungen und Impairments sowie der realisierten Verluste auf Kapitalanlagen.

Der gesamte Kapitalertrag stieg von CHF 52,8 Mio. auf CHF 209,9 Mio., das finanzielle Ergebnis (nach Entnahme der technischen Zinsen für das Versicherungsgeschäft) erholte sich weiter von CHF -3,4 Mio. auf CHF 40,8 Mio.

Ertrag und Aufwand aus Kapitalanlagen	2010	2009	Veränderung
	CHF 1000	CHF 1000	zum Vorjahr in %
Grundstücke und Bauten	58 723	58 890	-0,3
Hypotheken	20 340	21 816	-6,8
Wertpapiere/Darlehen	89 783	94 900	-5,4
Policendarlehen	2 072	2 325	-10,9
Übriger Kapitalertrag	8 615	7 812	10,3
Laufende Erträge nach Anlagekategorien	179 533	185 743	-3,3
Buchmässige Gewinne Optionen	125 937	41 618	202,6
Gewinn aus Veräusserung von Kapitalanlagen	33 504	35 557	-5,8
Total Ertrag aus Kapitalanlagen	338 974	262 918	28,9
Aufwand für Verwaltung	-47 460	-45 509	4,3
Aufwand für Zinsen	-44 083	-49 724	-11,3
Abschreibungen und Impairments	-22 501	-71 230	-68,4
Verlust aus Veräusserung von Kapitalanlagen	-15 052	-43 650	-65,5
Total Aufwand für Kapitalanlagen	-129 097	-210 113	-38,6
Nettoertrag aus Kapitalanlagen	209 877	52 805	297,5

Fondsgeschäft

Das Fondsgeschäft der beiden Tochtergesellschaften FORTUNA Investment AG Adliswil bzw. Vaduz entwickelte sich auch im Jahr 2010 sehr erfolgreich. Dank dem starken Versicherungsgeschäft stieg das Fondsvolumen um 9,4% auf CHF 2,4 Mia.

Um die Bedürfnisse des Lebensversicherungsgeschäfts noch besser abdecken zu können, wurden im Laufe des Jahres 2010 von der FORTUNA Investment AG Adliswil fünf neue Fonds lanciert, nämlich ein langfristig investierender CHF-Obligationenfonds («FORTUNA INVEST Long Term Bond Fund CHF») sowie ein vertraglicher Umbrella-Fonds mit vier Teilvermögen (Dachfonds), die in Zielfonds, hauptsächlich ETFs oder Indexfonds in-

vestieren. Die «FORTUNA Multi INDEX» 10, 20, 30 und 40 unterscheiden sich hauptsächlich durch den unterschiedlichen Aktienanteil von 10%, 20%, 30% bzw. 40%.

Die Jahresperformance 2010 der bisherigen FORTUNA-Fonds lag mit einer Ausnahme im positiven Bereich zwischen 0,2% und 2,5%. Für den «FORTUNA Europe Balanced Fund CHF» resultierte aufgrund des hohen Euro-Anteils – der Fonds investiert strategisch rund 20% in europäische Aktien – eine negative Performance von –3,6%. Die neuen Fonds wurden im April bzw. Oktober 2010 lanciert. Deren Performance litt unter den gegen das Jahresende stark steigenden langfristigen Zinsen.

Das Portfolio-Management für den «FORTUNA Anlagefonds» sowie für die «FORTUNA Europe Balanced CHF/EUR Funds» erfolgt durch die Bank BSI in Lugano, eine Tochtergesellschaft der Assicurazioni Generali S.p.A., dasjenige der anderen Fonds obliegt der Fondsleitungsgesellschaft FORTUNA Investment AG Adliswil.

Performance und Anlagestruktur der FORTUNA Fonds 31.12.2010

	Fonds- volumen 2010 in Mio. CHF	Perfor- mance 2010 in %	Aktien Schweiz in %	Aktien Ausland in %	Obliga- tionen CHF in %	Obliga- tionen FW in %	Hypo- theken in %	Übrige Anlagen in %	Total in %
FORTUNA Anlagefonds **	1471,1	1,1	8,0	9,0	60,3	16,9	3,4	2,4	100,0
FORTUNA Equity Fund Switzerland	242,5	2,0	98,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,0	100,0
FORTUNA Bond Fund CHF	292,1	2,3	0,0	0,0	90,1	0,0	0,0	9,9	100,0
FORTUNA Europe Balanced CHF	199,0	-3,6	4,8	18,4	73,9	0,0	0,0	2,9	100,0
FORTUNA Europe Balanced EUR *	111,5	2,5	5,0	18,7	0,0	72,7	0,0	3,6	100,0
FORTUNA Short Term Bond Fund	47,8	0,2	0,0	0,0	95,4	0,0	0,0	4,6	100,0
FORTUNA INVEST – LT Bond Fund ****	5,5	-1,7	0,0	0,0	92,3	0,0	0,0	7,7	100,0
FORTUNA Multi INDEX 10 ****	5,3	-3,2	5,0	5,0	75,0	15,0	0,0	0,0	100,0
FORTUNA Multi INDEX 20 ***	7,6	-3,8	10,0	10,0	60,0	20,0	0,0	0,0	100,0
FORTUNA Multi INDEX 30 ****	5,3	-3,1	15,0	15,0	50,0	20,0	0,0	0,0	100,0
FORTUNA Multi INDEX 40 ****	5,3	-3,3	20,0	20,0	30,0	30,0	0,0	0,0	100,0
Total	2393,0								

* EUR/CHF = 1.30 / ** Obligationen FW sind abgesichert / *** seit 1. April 2010 / **** seit 1. Oktober 2010

«Gemeinsam erfolgreich»

Firma Sequoia, Didier de Kerchove, Lila Beuchat, Aurélie Noirclère, Bernard Gallo, Marnix Coopman
Unternehmens-Rechtsschutzversicherung COMPLETE



Mitarbeitende

Der Personalbestand der GENERALI Gruppe Schweiz beträgt per Ende des Berichtsjahres 1592 Personen im Innendienst und im Aussen-dienst 646 Personen. Im Aussen-dienst ergibt der Vorjahresvergleich eine Bestandeszunahme um rund 5%, im Innendienst hat sich der Bestand gegenüber dem Vorjahr leicht reduziert.

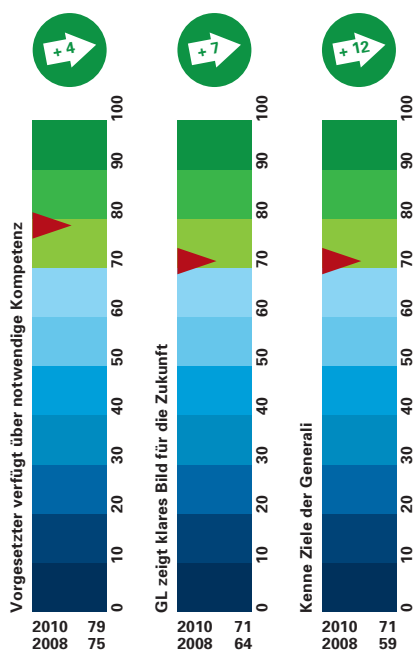
Im Berichtsjahr wurde zum dritten Mal in Folge eine Mitarbeiterumfrage in der GENERALI Gruppe Schweiz durchgeführt. In einem nicht einfachen Marktumfeld, das seine Wirkung auch auf die Arbeitssituation in der GENERALI ausgeübt hat, ist es gelungen, die guten Werte des Jahres 2008 zu bestätigen. Das gewählte Instrument der Umfrage schafft Interaktionsmöglichkeiten und damit die Grundlagen, um Mitarbeitende zu binden und das Unternehmen langfristig weiterzuentwi-

ckeln. Die hohe Beteiligungsquote von 84% bei der Umfrage 2010, an der erstmals auch unsere Aussen-dienstmitarbeiter teilgenommen haben, zeigt die grosse Dialogbereitschaft der Mitarbeitenden und ihr Vertrauen in diese mittlerweile bekannte Form der Willensäusserung. Das Herzstück der Mitarbeiterumfrage liegt in der Erhebung der Motivation und der Zufriedenheit. An die sehr guten Werte aus der letzten Umfrage konnte 2010 angeknüpft werden. Eine wesentliche Stärke offenbart sich im Kontakt zwischen den Mitarbeitenden und ihren direkten Vorgesetzten. Hier kann von

«Das Führungsleitbild der GENERALI sorgt mit Blick auf die verschiedenen Belange des Führens für die nötige Klarheit»

einer eigentlichen Vertrauenskultur und guter Führungskompetenz gesprochen werden. Diese Stärke wird ergänzt durch einen hohen Wert bei der Zusammenarbeit und der Servicebereitschaft im Team. Der direkte und regelmässige Dialog ist Grundlage für das Vertrauen

Ausgesuchte Schwerpunkte Mitarbeiterumfrage 2010



der Mitarbeitenden in das Management, in die gesetzten Ziele und die definierte Strategie. Dass in diesem Bereich eine signifikante Verbesserung erzielt werden konnte, ist auf klare Botschaften und zahlreiche Informationsaktivitäten im Verlaufe der letzten 18 Monate zurückzuführen. Die Führungskräfte aller Ebenen haben zwischenzeitlich die Ergebnisse der Umfrage mit ihren Mitarbeitenden analysiert und die Umsetzung der angezeigten Massnahmen an die Hand genommen.

In einem intensiven Entwicklungsprozess über alle Geschäftsbereiche und Hierarchiestufen hinweg wurde im Frühjahr 2010 ein Führungsleitbild für die GENERALI Gruppe Schweiz erarbeitet.

Das Führungsleitbild der GENERALI

- beschreibt das Verhalten der Führungskräfte als Vorbild,
- gibt den Mitarbeitenden Sicherheit darüber, was sie von ihren Vorgesetzten erwarten dürfen und
- schafft die Grundlagen für ein einheitliches Führungsverständnis.

Die einzelnen Themenblöcke des Führungsleitbildes wurden mit den bereits bestehenden Regelwerken in der GENERALI Gruppe Schweiz abgeglichen und sorgen mit Blick auf die verschiedenen Belange des Führens für die nötige Klarheit. Nachdem die Kommunikation des Führungsleitbildes erfolgt ist, geht es im Verlaufe der nächsten Monate um die laufende Implementierung des Leitbildes im Unternehmensalltag und um die Festigung eines gemeinsamen Führungsverständnisses.



Weitere Informationen

Marktaktivitäten

GENERALI Gruppe Schweiz konzentriert die Kräfte in der Lebensversicherung vollumfänglich auf den Bereich Einzelleben und betreibt die Kollektivlebensversicherung im Rahmen der beruflichen Vorsorge nicht mehr aktiv. In der Nichtlebensversicherung positioniert sich GENERALI als Retailer mit Produkten für Privatpersonen und Gewerbetreibende sowie als Unternehmensversicherer für Klein- und Mittelbetriebe (KMU) und in speziellen Segmenten für Grossunternehmen. Die Marktaktivitäten der GENERALI Gruppe Schweiz sind eng auf die umschriebenen Kundensegmente fokussiert.

Im Lebengeschäft ist GENERALI seit 1990 die führende Spezialistin für fondsgebundene Versicherungen. Im Bereich der Produkte mit laufenden Prämien ist sie in der Schweiz mit einem Marktanteil von 58,2% klare Nummer eins. Während des Berichtsjahres konnte GENERALI aufs Neue mit attraktiven Produktin-

novationen in der Lebensversicherung aufwarten. So wurde in der ersten Jahreshälfte eine neue Tarifgeneration in der fondsgebundenen Lebensversicherung mit vorteilhafteren garantierten Erlebensfallleistungen bei längeren Laufzeiten eingeführt. Gleichzeitig erfolgte die Lancierung von mehreren neuen «FORTUNA Multi INDEX»-Anlagefonds. Im Bereich der konventionellen Lebensversicherung wurden mit einer Überarbeitung des Produktes «SCALA Classic» neue Akzente im Leistungsbereich gesetzt. Schliesslich fand die Produktpalette der fondsgebundenen Lebensversicherungen eine Ergänzung um neue Profit-Produkte ohne garantierte Erlebensfallsumme, aber mit hohen Renditemöglichkeiten. Abgerundet wird das breite Angebot an Lebensversicherungen mit der zum Jahres-

ende 2010 eingeführten «Vorsorgepolice», welche unter Verwendung einer entsprechenden Software die bestmögliche Lösung für das individuelle Sicherheits- und Renditebedürfnis der Kundinnen und Kunden ermittelt.

Im Schweizer Markt der Nichtlebensversicherung belegt GENERALI gemäss Rangierung des Schweizerischen Versicherungsverbandes (SVV) mit einem Anteil von 5,7% Platz sechs und in der Motorfahrzeugversicherung mit 7,2% denselben Rang. Dank massgeschneiderten Kombinationen von standardisierten Produktmodulen, flexiblen Tarifmodellen sowie mit Unterstützung moderner Informatikmittel gewinnt GENERALI nicht nur Wettbewerbsvorteile, sondern erreicht auch das Ziel einer tiefen Combined Ratio. 2010 setzte GENERALI den Innovationspfad im Bereich Nichtleben fort. Das Schwergewicht der Marktaktivitäten lag und liegt auf der laufenden Optimierung der im Leis-

tungsfall angebotenen Dienstleistungen. Der regelmässige Kontakt mit den Kunden hilft, die Schadenerledigung noch serviceorientierter

«Im Bereich der konventionellen Lebensversicherung wurden mit einer Überarbeitung des Produktes «SCALA Classic» neue Akzente im Leistungsbereich gesetzt»

zu gestalten. So hat GENERALI im Bereich kollektive Personenversicherungen das Dienstleistungspaket «GENERALI Care Management» weiterentwickelt. Damit offeriert sie ihrer Unternehmenskundschaft eine breite Palette an Dienstleistungen im Rahmen von Absenzenmanagement, Gesundheits-

förderung sowie beruflicher Rehabilitation. Die Zusammenarbeit mit renommierten externen Partnern ermöglicht es GENERALI, ihren aktuellen sowie zukünftigen Kunden umfassende und bewährte Lösungen anbieten zu können. Produkteseitig hat GENERALI im Motorfahrzeugversicherungsgeschäft die Preise für ihre treue Kundschaft mit einer noch risikogerechteren Verfeinerung der Prämienberechnungsgrundlagen weiter optimiert, Produktvarianten für umweltbewusste Kundinnen und Kunden entwickelt und sowohl für Nutz- als auch Motorfahrzeuglenker neue Tarife eingeführt.

Die aufgeführten Marktaktivitäten belegen insbesondere das grosse Engagement von GENERALI als Retailer für die Versicherungsbedürfnisse ihrer Kundschaft. Der mittlerweile über einen Zeitraum von mehr als zwei Jahren intensiv gepflegte Marktauftritt, in dessen Zentrum das Thema «Einfach

GENERALI» in Kombination mit überraschenden Piktogrammen, Wortspielen und Wettbewerben steht, hat sich etabliert und einen guten Wiedererkennungswert erreicht. Damit wird die Nähe zu unseren Kunden geschaffen und GENERALI als verlässlicher Versicherungspartner sympathisch in Erinnerung gerufen. Verstärkung erfährt der Bekanntheitsgrad von GENERALI überdies durch Sponsoringauftritte, speziell im Bereich vielbeachteter Anlässe des Breitensports aus dem Schweizer Tennis, dem Eishockey und dem Fussball.

Strategie

Strategie

GENERALI Group international

Schwerpunkt der vom Konzernmutterhaus vorgegebenen strategischen Rahmenbedingungen bildet die Zielsetzung, als global tätiger Versicherungskonzern führend bei der Schaffung von Werten zu sein – sei dies durch Innovationen zur weiteren Verbesserung der versicherungstechnischen Ergebnisse und der Servicequalität, durch das Erzielen von überdurchschnittlichen Prämiensteigerungen in Wachstumsmärkten, vorab in Asien und Osteuropa oder durch die gezielte Ausnutzung von Synergien innerhalb des GENERALI Konzerns. Die Finanzkraft der gesamten GENERALI Gruppe, aber auch eine neugeschaffene gruppenweite Innovationsinfrastruktur sichern GENERALI die Basis für die Umsetzung der geplanten strategischen Ziele.

Strategie

GENERALI Gruppe Schweiz

Die Strategie der GENERALI Gruppe Schweiz ist in die erwähnten Vorgaben des Konzernmutterhauses eingebunden. Davon abgeleitet ergeben sich die folgenden Hauptstossrichtungen:

Die Produktstrategie ist auf die Versicherungsbedürfnisse privater Haushalte, Gewerbetreibender und

«Alle strategischen Aktivitäten basieren auf unserer Vision, meistempfohlener Versicherer der GENERALI Kunden und Vertriebspartner zu sein»

KMUs sowie mit ausgesuchten Produkten im Bereich der kollektiven Personen- und Flottenversicherungen auch auf Grossunternehmen und multinationale Konzerne ausgerichtet. Die Produktstrategie lässt sich in Übersichtsform wie folgt darstellen:

Leben	Nichtleben
Sparprodukte, fondsgebunden und konventionell	Motorfahrzeugversicherungen
Risikoversicherungen	Sach-, Vermögens- und Rechtsschutzversicherungen für Retailkunden
50Plus-Produkte	Kollektivranken- und Kollektivunfallversicherungen
	Übrige Unternehmensversicherungen

Die GENERALI Gruppe Schweiz baut seit Jahren auf eine Mehrkanal-Vertriebsstrategie. Das Neugeschäft ist damit sowohl in der Lebens- wie auch in der Nichtlebensversicherung breit auf ganz verschiedene Vertriebskanäle abgestützt: eigene Aussendienst, den konzerninternen Bankkanal mit der Bank BSI, grosse Vertriebsorganisationen (Strukturvertriebe), Makler sowie verschiedene Formen des Direktverkaufs. Alle diese Kanäle sind gleichberechtigt und zeichnen sich durch ihre spezifischen Eigenheiten aus. Die Stärken jedes einzelnen Kanals zu nutzen und die Durchlässigkeit sowie das Zusammenspiel zwischen den Kanälen vermehrt zu fördern, ist Erfolgsrezept und Garant für weiterhin hohe Produktion.

Die GENERALI Gruppe Schweiz will sich auf der Grundlage des traditionell starken Standbeins im Bereich der fondsgebundenen Lebensversicherung und mittels Forcierung bei den konventionellen Sparprodukten in führender Position im gesamten Einzellebensversicherungsmarkt der Schweiz etablieren. Dies ist ihr während der vergangenen Monate mit der Übernahme von Platz eins im Schweizer Markt der privaten Vorsorge erfolgreich gelungen. Gleichzeitig soll die Stellung im Markt der Nichtlebensversicherung, insbesondere durch gezieltes Cross-Selling sowie durch den forcierten

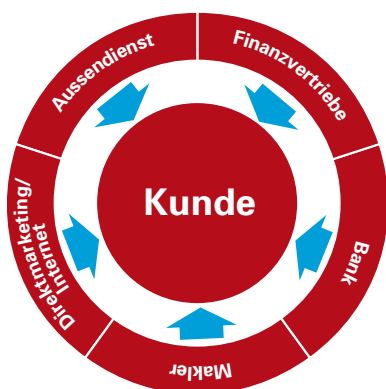
Ausbau des Neugeschäfts im KMU-Bereich, gestärkt werden.

Die laufende Optimierung und Qualitätsmessung bei den Kernprozessen im Unternehmen bildet Gegenstand eines festen Kreislaufs. Die in der GENERALI Gruppe Schweiz entwickelte Prozesskultur ist dafür eine wichtige Basis, sie wird weiter vertieft.

«Einfach GENERALI» – so wird in Sloganform ein wesentliches Element im Marktauftritt der GENERALI Gruppe Schweiz umschrieben. Dies ist gleichzeitig Credo für die Qualität der zu erbringenden Dienstleistungen und die Art der Kommunikation. Die Komplexität des Versicherungsgeschäfts wird von der Kundschaft ferngehalten. Einfache und verständliche Lösungen stehen im Vordergrund. Dahinter verbirgt sich das Erfordernis nach intensiver Ausbildung der Mitarbeitenden, die Entwicklung weiterer Servicedienstleistungen im Schadenfall sowie die Pflege des Kundenkontakts zur bestmöglichen Erfüllung der Versichertenbedürfnisse.

Alle geschilderten strategischen Aktivitäten basieren auf unserer Vision, meistempfohlener Versicherer der GENERALI Kunden und Vertriebspartner zu sein.

Verkaufskanal-Strategie



Projekte

Im Berichtsjahr 2010 konnten wichtige Projekte abgeschlossen, weiter vorangetrieben oder neu gestartet werden. Sie alle dienen dem Erreichen der strategischen Vorgaben und damit einem noch stärkeren Auftritt von GENERALI im Markt:

- Produktseitig stand im Bereich Leben das Projekt «Tarifgeneration 2011» im Mittelpunkt. Bestehende Produkte aus der bewährten GENERALI Produktpalette wurden dem geänderten Kapitalmarktumfeld sowie aktuellen regulatorischen Vorgaben angepasst. Die neue Tarifgeneration 2011 bringt verschiedene Vorteile für die Kundschaft. So ist GENERALI noch besser in der Lage, massgeschneiderte Versicherungslösungen für individuelle Bedürfnisse und persönliche Risikoprofile anzubieten.
- Die im Bereich Nichtleben seit geraumer Zeit laufenden Aktivitäten im Zusammenhang mit dem Ersatz bestehender Informatiksysteme durch ein neues, leistungsfähigeres System schreiten planmässig voran. Ziel des ambitionierten Programms unter dem Namen «EUREKA» ist es, sämtliche Kundendaten auf einem einzigen System zu verwalten, was eine erhebliche Vereinfachung der Abläufe und Prozesse mit sich bringen wird.
- Um die Kundenanliegen bestmöglich zu behandeln, wurde die Einführung des kundenorientierten Feedbackmanagements lanciert. Abgesehen von einheitlichen Prozess- und hohen Qualitätsstandards soll hier die systematische Erfassung und Auswertung von Kundenanfragen dazu dienen, unsere Produkte und Services noch kundenorientierter weiterzuentwickeln. In dieselbe Richtung zielt auch die für Kunden entwickelte Möglichkeit, Schadenanzeigen über Internet aufzugeben.
- Die Unterstützung unserer Vertriebspartner wird weiter optimiert. Ein bereits für die Lebensversicherung bestehendes zentrales Vertriebsverwaltungs- und Informationssystem steht nun auch im Bereich Nichtleben kurz vor seiner Implementierung und gewährleistet neue Formen des transparenten Informationsaustausches für die Bedürfnisse des Vertriebs.
- Die GENERALI Gruppe Schweiz ist zusätzlich in verschiedene Projekte der internationalen GENERALI Group eingebunden. Die Schwerpunkte liegen dabei auf der konzernweiten Förderung des Innovationsprozesses sowie auf der Organisations- und Ablaufoptimierung zur Erhöhung von Prozesseffizienz und Servicequalität.

«Überraschend einfach»

Roger Heimgartner
Motorfahrzeugversicherung FORMULA



Ausblick

Die GENERALI Gruppe Schweiz wird den Wachstumspfad und die damit verbundenen positiven Ergebnisse der Vorjahre auch im Jahr 2011 fortsetzen können. Folgende Elemente im operativen und im finanziellen Bereich werden dazu beitragen:

- GENERALI ist mit ihren Produkten und ergänzenden Dienstleistungen sowohl im Leben- als auch im Nichtlebensgeschäft auf dem Schweizer Markt gut positioniert. Dank der breiten Abstützung auf die vielen Vertriebskanäle wird sich die Neuproduktion im Marktvergleich auf hohem Niveau fortsetzen.
- Die Ausrichtung der Produktstrategie Leben auf fondsgebundene und konventionelle Sparprodukte sowie die Kundenbedürfnisse des Segments 50Plus bilden Basis für ein nachhaltiges Prämienwachstum. Die Ergänzung der bestehenden Produktpalette um das Element der kollektiv organisierten Vorsorgeleistungen eröffnet zudem neue Wachstumsperspektiven im Business-Bereich.
- Produktinnovation und Wachstum der Gruppe finden schwereswichtig im Retailgeschäft statt. Der politisch beeinflusste und stark reglementierte Kollektivlebensbereich rund um die berufliche Vorsorge hat für GENERALI keine Bedeutung, was zu entsprechender Entlastung beiträgt.

- Die GENERALI Gruppe Schweiz profitiert vom Know-how und den Synergiepotenzialen innerhalb des gesamten GENERALI Konzerns. Der entsprechende Austausch erfolgt in

«Dank der breiten Abstützung auf die vielen Vertriebskanäle wird sich die Neuproduktion im Marktvergleich auf hohem Niveau fortsetzen»

standardisierter Form unter Führung des Mutterhauses, insbesondere für die Bereiche Asset Management, Tarifierung, Schadenregulierung, Risikomanagement, IT und Prozessoptimierung. Zusätzlich werden aber auch die Chancen der engen Zusammenarbeit mit Schwestergesellschaften genutzt. Dies sowohl in der Schweiz für die GENERA Bankprodukte und die Zusammenarbeit mit der Bank BSI als auch länderübergreifend mit Deutschland für die Kooperation an einem grossen IT-Projekt.

- Der Entwicklung der Verwaltungskosten wird auch künftig grosse Beachtung geschenkt. Entsprechende Verbesserungen werden vor allem begünstigt durch die fortschreitende gruppenweite Zusammenführung der verschiedenen Informatiksysteme sowie gezielte Anpassungen bei den Geschäftsprozessen.

Das Kapitalmarktumfeld hat sich in den letzten Monaten zwar grundsätzlich verbessert. Die latenten Probleme, namentlich die hohe Verschuldung vieler Staaten, die schwierige Situation zahlreicher europäischer Banken, die anziehende Inflation in den aufstrebenden Entwicklungsländern und nicht zuletzt die politischen Verhältnisse im Nahen Osten mit ihren Auswirkungen

auf den Erdölpreis führen aber dazu, dass sich Zukunftsglaube und Zukunftsängste der Marktteilnehmer recht kurzfristig abwechseln. Wir sind überzeugt, dass GENERALI auch unter diesen Rahmenbedingungen über gute Voraussetzungen für einen zuversichtlichen Ausblick verfügt:

- GENERALI hat ihre Kapitalanlagen auf die versicherungstechnischen Rückstellungen abgestimmt und auf bestmögliche Diversifikation ihrer Anlagen geachtet.
- Der Aktienanteil wird auf einem Niveau gehalten, das durch umfangreiche Analysen des Asset-Liability-Managements als gerechtfertigt erscheint. Das vorhandene Risikokapital und die Risikofähigkeit bilden Grundlage für entsprechende Anlageentscheide.
- Bezogen auf die gesamten Kapitalanlagen der Lebensversicherung liegt der Anteil der Anlagen für die fondsgebundene Lebensversicherung bei rund 50%. Diese Anlagen werden im Namen der Kunden gehalten und durch eine langfristige Anlagepolitik auf die versicherungstechnischen Verpflichtungen ausgerichtet.

Chronik der GENERALI Gruppe Schweiz

1887

Die Schweizer Union wird in Genf gegründet. Spezialität sind Glasbruchversicherungen.

1938

Die FORTUNA Lebens-Versicherungsgesellschaft wird vom Tages-Anzeiger-Verlag gegründet.

1950

Die Familia-Leben erhält die eidgenössische Konzession als Lebensversicherer.

1959

Die Secura Versicherungsgesellschaft wird von Gottlieb Duttweiler gegründet.

1985

Die FORTUNA geht an die Zürcher Börse. Die Schweizer Union beteiligt sich zu 20% an der St.Galler Familia-Leben.

1987

Die italienische GENERALI Gruppe wird Hauptaktionärin der Schweizer Union.

1988

Die FORTUNA wird zur Holding-Gesellschaft umstrukturiert.

1989

Die FORTUNA Investment AG wird gegründet.

1991

Die Schweizer Union wird Mehrheitsaktionärin der Familia-Leben.

1994

Die italienische GENERALI Gruppe übernimmt die Aktienmehrheit an der FORTUNA Holding von der TA-Media AG.

1996

Die FORTUNA Holding wird in GENERALI (Schweiz) Holding AG umbenannt. Mit Schaffung der Einheitsnamenaktie zum Nennwert von CHF 50.– geht die Namenaktie der GENERALI (Schweiz) Holding AG erstmals in den börslichen Handel.

1997

Die FORTUNA Lebens-Versicherungs AG Vaduz nimmt ihre Geschäftstätigkeit auf.

1999

Die Schweizer Union ändert den Firmennamen in GENERALI Allgemeine Versicherungen. Die GENERALI (Schweiz) Holding AG übernimmt vom Migros-Genossenschafts-Bund die Secura Versicherungen. Die GENERALI Allgemeine Versicherungen fusionieren mit der Secura Allgemeinen und die FORTUNA Lebens-Versicherungs-Gesellschaft mit der Secura Leben. Die FORTUNA Investment AG Vaduz wird gegründet.

2000

Die GENERALI Personenversicherungen, St. Gallen, und die FORTUNA Lebens-Versicherungs-Gesellschaft fusionieren und firmieren neu unter «GENERALI Personenversicherungen» mit Hauptsitz in Adliswil.

2001

Den aktiven Verkauf im Kollektivleben-Geschäft stellt GENERALI aufgrund unvorteilhafter gesetzlicher Rahmenbedingungen ein, da diese eine profitable Führung des Geschäftszweiges verunmöglichen.

2004

Martin Zellweger tritt Ende Jahr altershalber als Delegierter des Verwaltungsrates der GENERALI (Schweiz) Holding AG zurück und übergibt die Führungsverantwortung an Alfred Leu.

2006

Die Assicurazioni GENERALI S.p.A. unterbreitet den Minderheitsaktionären der GENERALI (Schweiz) Holding AG ein öffentliches Kaufangebot für sämtliche sich im Publikum befindenden Namenaktien. Es folgt die Dekotierung an der SWX Swiss Exchange (heute: SIX Swiss Exchange). Seit dem dritten Quartal des Berichtsjahres ist die GENERALI Gruppe Schweiz vollumfänglich in den weltweit tätigen GENERALI Konzern integriert.

2007

Die GENERALI Allgemeine Versicherungen AG verlegt ihren Geschäftssitz von Genf nach Nyon unter gleichzeitigem Zusammenzug verschiedener, aus Platzgründen bisher zwischen Genf und Lausanne verstreuter Einheiten.

2008

GENERALI behauptet sich gut in einem turbulenten Geschäftsjahr. Die globale Krise an den Finanzmärkten beeinflusst die Rahmenbedingungen für das Versicherungsgeschäft wesentlich. Dennoch verzeichnet GENERALI einen ungebrochenen Zuwachs an Neukunden.

2009

GENERALI gewinnt im Kerngeschäft weitere Marktanteile hinzu. Mit der Produktpalette GENERA, welche in enger Kooperation mit der Bank BSI entsteht, kann GENERALI den Kunden als Ergänzung zum bisherigen Versicherungsangebot neu auch eine Vielfalt an Bankprodukten anbieten.

2010

GENERALI gelingt es, trotz angespannter Wirtschaftslage, im Kerngeschäft erfreulich zu wachsen und bezogen auf das Einzellebengeschäft sogar den bisherigen Schweizer Marktleader als Nummer eins abzulösen.

Die ausführliche Version unserer Firmengeschichte finden Sie im Internet unter www.generalich.ch → Über uns → Chronik.

GENERALI International

rungsgesellschaften sowie Finanz-, Immobilien- und Landwirtschaftsunternehmen tätig.

Die Zielvorgaben im Rahmen des aktuellen strategischen Plans bringen eine Serie von Initiativen zur weiteren Steigerung des Geschäftsvolumens und der Rentabilität der

Aktuell

Die GENERALI Group gehört weltweit mit über 85000 Beschäftigten und 70 Mio. Kunden zu den 20 grössten Versicherungsgruppen. In Europa nimmt sie im Lebensversicherungsgeschäft den Platz eins ein. Im Schadenversicherungsgeschäft befindet sich GENERALI hinter Allianz an zweiter Stelle. Gemessen an ihrer Marktkapitalisierung ist die GENERALI Group im Jahr 2010 mit EUR 22,1 Mia. hinter AXA und Allianz die drittgrösste Versicherungsgruppe Europas. Im Berichtsjahr 2010 steigerte die GENERALI Group die konsolidierte Prämie gegenüber dem Vorjahr um 3,8% auf EUR 73,2 Mia. Davon entfallen 69,8% auf das Lebensversicherungs- und 30,2% auf das Nichtlebensversicherungsgeschäft. Gegenwärtig ist die Gruppe in über 68 Ländern mit zahlreichen Versiche-

«Unter den ausländischen Versicherern nimmt GENERALI in China Platz zwei ein. Der bisherige Geschäftsgang in den herausfordernden asiatischen Märkten verläuft sehr erfreulich»

GENERALI Group – mit dem Ziel, führender Versicherer beim Schaffen nachhaltiger Ergebnisse und Werte für Aktionäre, Kunden und Mitarbeitende zu werden. Dies erfolgt beispielsweise durch den Eintritt in neue Märkte, durch die gruppenweite Ausschöpfung vorhandener Innovations- und Synergiepotenziale, die laufende Verbesserung der Geschäftsprozesse im Zusammenhang mit der Servicequalität sowie durch die Optimierung des Kapitaleinsatzes über



«Verstanden werden»

Adelaide Martinet
Motorfahrzeugversicherung FORMULA

verfeinerte Mechanismen zur Steuerung und Überwachung der Anlageaktivitäten an den internationalen Finanzmärkten.

Ursprung

1831 wurde die Assicurazioni GENERALI Austro-Italiche in Triest gegründet. Triest war damals Verkehrsknotenpunkt zwischen der abendländischen Welt und dem Osmanischen Reich. Dementsprechend konzentrierten sich die bereits dort ansässigen Versicherungsgesellschaften auf Transportversicherungen. Die Assicurazioni GENERALI Austro-Italiche hingegen wollte alle Versicherungszweige betreiben; der Name «GENERALI» war also zugleich Programm. Seit der Gründung hat sich GENERALI konsequent der Expansion verschrieben und sich das Ziel gesetzt, ihre Position im internationalen Markt laufend zu stärken.

Akquisitionen

1997 erwarb die GENERALI Group in Israel die Migdal Gruppe, 1998 übernahm sie in Deutschland die Kontrolle an der Aachener und

Münchener Beteiligungs-AG (AMB) und in Frankreich das gesamte Kapital der Gruppe GPA und Proxima. Die Mehrheitsbeteiligung an der Caja de Ahorro y Seguro verhalf GENERALI zur Marktführung in Argentinien. 1999 wurden in der Schweiz die Secura Versicherungen von der Migros übernommen und die italienische GENERALI und INA einigten sich, das Versicherungsgeschäft zusammenzulegen. Seit 1997 stärkt die Banca GENERALI die Präsenz der Gruppe im Anlage-sektor. Zudem kaufte die GENERALI Group 1998 die BSI AG und 2007 die Banca del Gottardo, welche in die BSI integriert wurde. Ebenfalls 2007 schloss GENERALI mit der Gruppe PPF, zu der die Gesellschaft Česká pojišťovna – Marktführerin in der tschechischen Lebens- und Nichtlebensversicherung – gehört, einen Partnerschaftsvertrag. Damit ent-

stand die grösste Versicherungsgesellschaft in Zentral- und Osteuropa. Im Osten Europas erstrecken sich die Aktivitäten der GENERALI zudem auf Ungarn, Polen, die Slowakei, Rumänien, Bulgarien, Kroatien, Slowenien, die Ukraine und Serbien. Daneben ist GENERALI auch im lateinamerikanischen Versicherungsmarkt präsent. Ausgehend von der bereits seit 1925 bestehenden Geschäftstätigkeit in Brasilien und den Aktivitäten in Argentinien trugen gezielte Akquisitionen zur sukzessiven Erweiterung des Wirkungsfelds bei, so dass dieses mittlerweile auch Mexiko, Panama, Guatemala, Ecuador und Kolumbien umfasst.

Eintritt in neue Märkte

Im Fernen Osten wurde eine strategische Partnerschaft mit der Gruppe Kuok eingeleitet, einem wichtigen Finanz-, Immobilien- und Industriekonglomerat, wobei als Erstes zwei Versicherungsgesellschaften auf den Philippinen gegründet worden sind. 2002 erhielt GENERALI in China grünes Licht für ein Lebensversicherungs-Joint-Venture mit China National Petroleum Co. (CNPC). Bis 2008 eröffnete GENERALI China Life mehrere Niederlassungen in Chinas Metropolen. Im Nichtleben-Bereich erhielt die GENERALI China Insurance Company im Dezember 2007 die Bewilligung, eine Niederlassung zu gründen. Unter den ausländischen Versicherern nimmt GENERALI in China Platz zwei ein. 2007 wurden in Indien die Bewilligungen zur Geschäftstätigkeit von GENERALI in den Sparten Leben und Nichtleben erteilt, und in den Jahren 2009/2010 erfolgte der Markteintritt in Vietnam mit Erlangung der Lizenz zum Betrieb einer Lebensversicherungsgesellschaft. Der bisherige Geschäftsgang verläuft in diesen herausfordernden Märkten sehr erfreulich.

Corporate Governance

Grundsätze der GENERALI Gruppe Schweiz

Die GENERALI Gruppe Schweiz orientiert sich an den folgenden Grundsätzen (Auszüge aus «Grundsätze der GENERALI Gruppe Schweiz» von Mitte Februar 2010):

- Für alle Gesellschaften, die dem weltweit tätigen GENERALI Konzern mit Sitz in Triest zugehören, gilt die Mission: *«Wir wollen führender Versicherer beim Schaffen von Werten sein.»* Davon abgeleitet hat sich die GENERALI Gruppe Schweiz folgende Vision gegeben: *«Wir wollen meistempfohlener Versicherer sein.»* Um die damit verbundenen Ziele zu erreichen, sind die Bedürfnisse von drei zentralen Anspruchsgruppen abzudecken: Kunden, Vertriebspartner und Mitarbeitende. Unsere Zukunft gilt dann als gesichert, wenn über einen längeren Zeitraum keine dieser Gruppen auf Kosten einer anderen bevorzugt oder benachteiligt wird.
- Wir bekennen uns gegenüber unseren Kunden, Vertriebspartnern, Mitarbeitenden, dem Hauptaktionär und der Öffentlichkeit zu einer dynamischen, fairen, innovativen und

offenen Geschäftspolitik. Wir streben nach kontinuierlichem Wachstum und Weiterentwicklung der Gruppe – nicht aber um jeden Preis, sondern unter Berücksichtigung der Ziele nach Gewinnoptimierung und Erhaltung eines versicherungstechnisch ausgewogenen Geschäfts. Dabei ist sich die GENERALI Gruppe Schweiz auch ihrer sozialen und ökologischen Verantwortung im Sinne einer nachhaltigen Geschäftstätigkeit bewusst.

- Als Teil des weltweit operierenden GENERALI Konzerns lassen wir uns bei unseren Grundsätzen vom Ethik-Kodex der gesamten GENERALI Gruppe leiten. Innerhalb dieser weltweiten Gruppe nehmen

wir eine offene Haltung ein, d.h., wir nutzen einerseits alle Möglichkeiten, die uns diese Einbettung bietet. Andererseits bringen wir unsere Stärken gezielt in diese Gruppe ein.

«Die Information und die Ausbildung der Mitarbeitenden zur steten Förderung des Compliance-Bewusstseins im Unternehmen tragen dazu bei, dass Compliance engagiert gelebt wird»

- Wir bieten innovative und exklusive Lösungen zu Lebens- und Schadenversicherungen, zu Finanz- und Anlageprodukten sowie zu anderen versicherungsnahen Dienstleistungen an. Wir erkennen schnell neue Marktchancen. Wir nutzen diese konsequent, indem wir entsprechende Produkte schaffen und diese auf den geeignetsten Kanälen auf den Markt bringen.

- Wir orientieren unser Handeln an den Bedürfnissen des Kunden. Wir bieten ihm umfassende Problemlösungen an und bauen mit ihm eine Partnerschaft auf. Die Vertriebsmitarbeitenden (eigene und Dritte) sind unsere wichtigsten Ansprechpartner. Sie stehen im Kontakt mit unseren bestehenden und mit potenziellen Kunden. Ihr Auftreten und ihr Verhalten sowie ihre Fachkompetenz sind mitentscheidend für den Erfolg unserer Marketingmassnahmen. Wir behandeln sie daher wie unsere besten Kunden.
- Wir führen und organisieren uns gruppenweit so, dass wir zusammen mit motivierten Mitarbeitenden beste Voraussetzungen zur Erreichung des Gruppenerfolges schaffen.

- Unsere Mitarbeitenden sind mit ihrem Verhalten, ihrem Auftreten und ihrer Fachkompetenz Garanten für unseren Erfolg. Sie sind die Botschafter unserer Gruppe. Wir fördern und erhalten dieses für die Gruppe wichtige Kapital.

Die Grundsätze der GENERALI Gruppe Schweiz, der Ethik-Kodex der Assicurazioni GENERALI S.p.A., die Gesellschaftsstatuten der GENERALI (Schweiz) Holding AG sowie der gesamte Geschäftsbericht sind über das Internet unter www.generali.ch → Über uns → Gesellschaften → GENERALI Holding abrufbar.

Konzernstruktur

Die GENERALI (Schweiz) Holding AG mit Sitz in Adliswil (Zürich) bildet das Dach über alle operativen Gesellschaften der GENERALI Gruppe Schweiz. Die Gruppenstruktur ist im Berichtsteil dieses Geschäftsberichtes (siehe Seite 11) dargestellt. Weitere aktuelle Informationen über die Gruppe sowie über die einzelnen Gesellschaften finden sich im Firmenporträt unter www.generali.ch → Über uns → Gesellschaften.

Aktienkapital und Aktionariat

Das Aktienkapital der Gesellschaft beträgt CHF 3053500.– und ist eingeteilt in 6107 voll liberierte Namensaktien mit einem Nennwert von je CHF 500.–. Dieses Aktienkapital befindet sich aufgrund des im Jahr 2006 erfolgreich abgeschlossenen Aktienrückkaufprogrammes zu 100% (direkt oder indirekt) im Besitze der Assicurazioni GENERALI S.p.A., Triest. Die GENERALI Gruppe Schweiz ist vollumfänglich in den GENERALI Konzern integriert. Die Konzernmuttergesellschaft unterliegt als börsenkotiertes Unternehmen sowie weltweit tätiger Versicherungskonzern den entsprechenden Corporate Governance Vorschriften. Sie übt, gestützt darauf, auch die erforderlichen Kontrollen bezüglich Grundlagen der Unternehmenssteuerung sowie Überwachung der Geschäftstätigkeit und der Ergebnisse in der Schweiz aus.

«Unkompliziert durchs Leben»

Vera Gerzner
Hausratversicherung PRISMA Flex



Verwaltungsrat

Mitglieder des Verwaltungsrates (Stand 1. Januar 2011)

	Funktion	Verwaltungsrat seit	Exekutiv
Martin Zellweger, Fürsprecher, Thalwil/Schweiz	Präsident	1987	Nein
Dott. Sergio Balbinot, Triest/Italien	Vizepräsident	1995	Nein
Alfred Leu, Fürsprecher, Coppet/Schweiz	Delegierter	2004	Ja
Dott. Francesco Bosatra, Triest/Italien	Mitglied	2006	Nein

Die Amtszeit der Mitglieder des Verwaltungsrates beträgt ein Jahr.

Veränderungen im Verwaltungsrat während der Berichtsperiode

Es haben sich keine Veränderungen ergeben.

Ausschüsse des Verwaltungsrates:

Entschädigungsausschuss

Ein Vertreter des Mehrheitsaktionärs bildet zusammen mit einem Vertreter aus dem Kreis der übrigen Verwaltungsratsmitglieder den Entschädigungsausschuss. Dieser setzt die Entschädigung für den Delegierten des Verwaltungsrates sowie für die Leitung der internen Revision fest.

Prüfungsausschuss

Der Prüfungsausschuss setzt sich aus mindestens zwei Mitgliedern des Verwaltungsrates zusammen, welche keine operativen Aufgaben

im Unternehmen wahrnehmen. Mindestens ein Mitglied des Prüfungsausschusses muss ein Vertreter der Assicurazioni GENERALI S.p.A. sein. Der Prüfungsausschuss tagt, sooft es die Geschäfte erfordern, mindestens aber zweimal jährlich. Er erstattet dem Gesamtverwaltungsrat Bericht über seine Tätigkeit.

Geschäftsleitung



Mitglied der Geschäftsleitung	Jahrgang	In der Gruppe tätig seit	Funktion/Geschäftsbereich
1 Alfred Leu, Fürsprecher	1958	1987	CEO, Vorsitzender der Geschäftsleitung
2 Peter Herzog	1956	1976	Vertrieb, Marketing und Kundenservice
3 Vincent Brulhart, Prof. Dr. iur.	1962	1990	Leistungen
4 Roman Clavadetscher, RA, lic. iur.	1963	1991	Produkte und Aktuariat Nichtleben
5 Bernhard Locher, Dr. phil. II, dipl. Math.	1957	2009	Produkte und Aktuariat Leben
6 Karl Schönenberger, Dr. oec. HSG	1953	1988	Kapitalanlagen
7 Joseph Rumasuglia	1955	1992	Finanzen*
8 Elmar Locher, lic. oec. HSG	1946	1986	Informatik
9 Hermann Blaser, Ing. HTL	1946	1986	Logistik
10 Jean-Pierre Schmid, Fürsprecher	1963	1995	Human Resources
* (11 seit 1. Januar 2011: Alessio Sarti	1968	2007	Finanzen)

Weitere Tätigkeiten und Interessenbindungen

Mitgliedschaften im Schweizerischen Versicherungsverband (SVV):

- Alfred Leu: Vorstand
- Roman Clavadetscher: Ausschuss Schadenversicherung
- Bernhard Locher: Ausschuss Leben

Mitgliedschaft bei der Stiftung Ombudsman der Privatversicherung und der Suva:

- Alfred Leu, Mitglied des Stiftungsrates

Risikomanagement (RM)

Grundsatz

Die GENERALI (Schweiz) Holding AG und ihre Tochtergesellschaften haben ein RM-System eingerichtet, welches die Methoden und die Prozesse beinhaltet, mit denen die wesentlichsten Risiken identifiziert, dokumentiert, bewertet und überwacht werden. Dabei handelt es sich primär um jene Risiken, welche die Solvenz der zur GENERALI Gruppe Schweiz gehörenden Versicherungsgesellschaften gefährden oder das Erreichen der Unternehmensziele behindern können. Der RM-Prozess ist darauf ausgerichtet,

die identifizierten Risiken unterhalb einer definierten Toleranzschwelle zu halten, die Kapitalverteilung zu optimieren und eine risikogewichtete Performance zu erzielen. Der RM-Ansatz in unserer Gruppe orientiert sich an der Risikopolitik, welche von der Konzernmuttergesellschaft festgelegt wird, an den Standardanforderungen des Swiss-Solvency-Tests (SST) sowie am künftigen europäischen Regelwerk gemäss Solvabilität-II und beruht auf drei Hauptpfeilern:

Risikokategorien

Das RM-System in der GENERALI Gruppe Schweiz unterscheidet folgende Risikokategorien:

Anlagerisiken	Versicherungsrisiken	Operationelle Risiken	Reputationsrisiken	Strategische Risiken
Insbesondere: <ul style="list-style-type: none"> • Finanzmarktrisiken • Kreditrisiken • Konzentrations- und Liquiditätsrisiken • Währungsrisiken 	Risiken im Zusammenhang mit: <ul style="list-style-type: none"> • Risikogerechtem Underwriting in den Bereichen Leben und Nichtleben • Schadenregulierung • Reservierung • Rückversicherung 	Risiken im Zusammenhang mit: <ul style="list-style-type: none"> • Internem und externem Betrug • Personalpolitik • Kunden und Produkten • Schäden an Anlagen (z.B. infolge Naturkatastrophen) • Verfahren und Prozessen • Informatik und deren Entwicklung • Compliance/ Rechtsfragen 	Risiken betreffend: <ul style="list-style-type: none"> • Image • Kommunikation • Presse und Medien • Reputationsrisiken von Dritten (z.B. Vertragspartner) 	Risiken aus den Bereichen: <ul style="list-style-type: none"> • Gesellschaft/ Konsum • Wirtschafts-/ Markttrends • Technologie • Politik

- dem Prozess der Risikomessung zur Solvenzbewertung bei den Versicherungsunternehmen;
- dem Prozess der Risk Governance zur Festlegung und Überwachung von Managemententscheidungen im Zusammenhang mit den relevanten Risiken;
- der RM-Kultur, die in der fortlaufenden Stärkung des Risikobewusstseins aller involvierten Personen und der Verfolgung einer risikogewichteten Wertschöpfung besteht.

Organisation

Der Verwaltungsrat der GENERALI (Schweiz) Holding AG trägt die oberste Verantwortung für das Funktionieren des RM-Systems innerhalb der GENERALI Gruppe Schweiz. Im Rahmen dieser Oberaufsicht wird der Verwaltungsrat durch den Prüfungsausschuss unterstützt. Die Geschäftsleitung der GENERALI Gruppe Schweiz ist verantwortlich für die Umsetzung sowie die entsprechende Überwachung der Risikostrategie und der RM-Prozesse in allen Geschäftsbereichen und auf allen Stufen, unter Einhaltung der

Vorgaben des Verwaltungsrates. Massgeblich begleitet wird sie bei dieser Tätigkeit von einem institutionalisierten Risk Committee, in welchem alle wichtigen Risikoträger vertreten sind, und vom Bereich Enterprise Risk Management (ERM).

Recht und Compliance

Organisation

Durch den Verantwortungsbereich Legal & Compliance auf Gruppenebene sowie mittels Einbezug einzelner Fachstellen in der Linie werden die Strukturen und Prozesse rund um die Compliance-Aktivitäten für die Gesellschaften der GENERALI Gruppe Schweiz laufend überwacht und verbessert. Dies mit dem Ziel, Verwaltungsrat und Geschäftsleitung bei den ihnen zugewiesenen Aufgaben noch besser unterstützen zu können. Die Information und die Ausbildung der Mitarbeitenden zur steten Förderung des Compliance-

Tätigkeitsbereich Compliance

Die Wirkungsfelder der Compliance-Aktivitäten in der GENERALI Gruppe Schweiz umfassen:

Aufsichtswesen	Kartelle/ Wettbewerbsrecht	Geldwäscherei	Datenschutz
Gleichstellung	Insidergeschäfte	Korruption/Betrug	Internes Weisungswesen

Bewusstseins im Unternehmen bildet einen wesentlichen Tätigkeitsschwerpunkt und tragen dazu bei, dass Compliance nebst ihrer Abbildung in Weisungen und Handbüchern auch engagiert gelebt wird.

Revisionsstelle

Mandat

Ernst & Young AG, Zürich, ist seit April 2010 Revisionsstelle der GENERALI (Schweiz) Holding AG. Die Mandatsleitung obliegt Herrn Rolf Bächler. Die Revisionsstelle wird von der Generalversammlung jeweils für die Dauer eines Jahres gewählt (Art. 19 der Gesellschaftsstatuten).

Aufsichts- und Kontrollinstrumente

Es gehört zur Aufgabe des Prüfungsausschusses des Verwaltungsrates, die Tätigkeiten der externen Revision zu überwachen und zu beurteilen. Dazu gehört insbesondere die Stellungnahme zum jährlichen Erläuterungsbericht der externen Revision. Der Mandatsleiter der externen Revision nimmt an den Sitzungen des Prüfungsausschusses teil und erläutert die Prüfungsergebnisse.

Informationspolitik

Informationen zum Geschäftsgang der GENERALI Gruppe Schweiz sind auf der Website www.generalich.ch, in Medienmitteilungen und im Geschäftsbericht veröffentlicht.

Unter www.generalicom.com sind darüber hinaus Informationen über die GENERALI Gruppe weltweit verfügbar.

Kontaktadresse

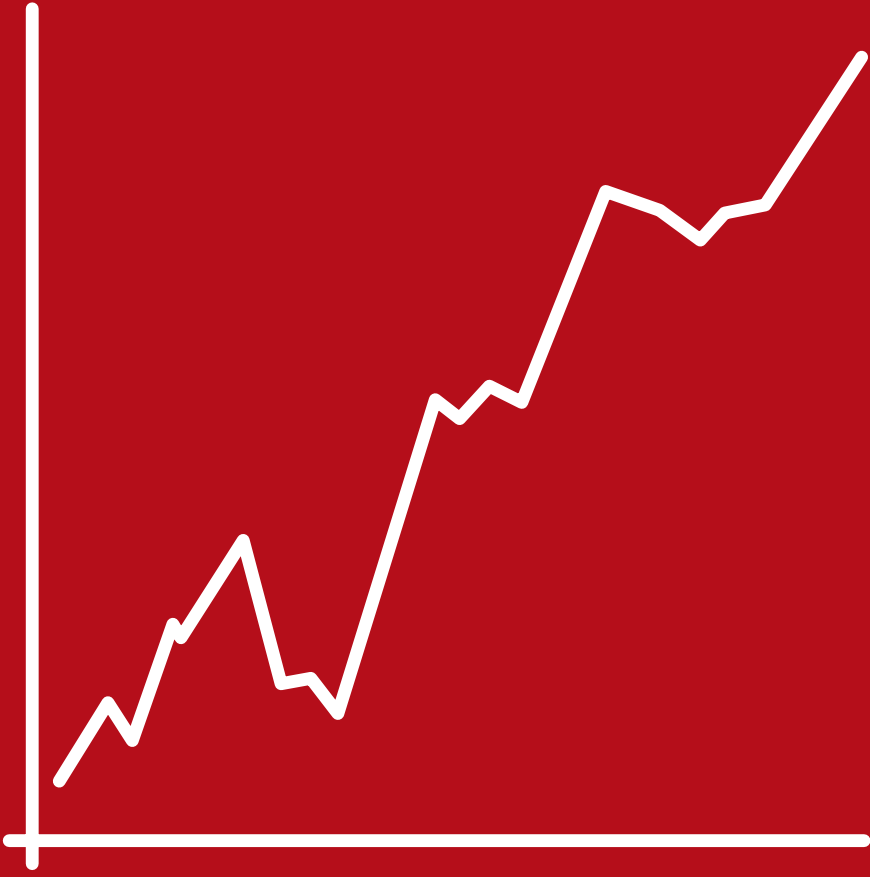
GENERALI (Schweiz) Holding AG
Soodmattenstrasse 10
8134 Adliswil 1

Telefon 058 472 40 40
Telefax 058 472 44 25
E-Mail info@generalich.ch



«An die Zukunft denken»

Adis Husejinovic
Fondsgebundene Lebensversicherung PERFORMA Plus



Finanzielle Berichterstattung

Finanzielle Berichterstattung	69
Einleitung	70
Bewertungsgrundsätze	70
Bilanz	72
Erfolgsrechnung	74

Einleitung

Zur GENERALI Gruppe Schweiz gehören die auf Seite 11 dieses Geschäftsberichts genannten Gesellschaften.

Die GENERALI Gruppe Schweiz ist vollständig in den internationalen Konzern unter Führung der Assicurazioni GENERALI S.p.A., Triest, integriert.

Die Gesellschaften der GENERALI Gruppe Schweiz werden in den Konzernabschluss der Assicurazioni GENERALI S.p.A. einbezogen und sind deshalb von der Konsolidierungspflicht in der Schweiz befreit.

Der Geschäftsbericht der Assicurazioni GENERALI S.p.A. kann am Geschäftssitz der GENERALI (Schweiz) Holding AG, Soodmattenstrasse 10, 8143 Adliswil, eingesehen oder auf www.generalicom.com heruntergeladen werden.

Wir zeigen im vorliegenden Geschäftsbericht einen Auszug aus der IFRS-Berichterstattung an das Konzernmutterhaus. Dieses IFRS-Reporting basiert auf den entsprechenden Richtlinien und Instruktionen der Assicurazioni GENERALI S.p.A.

Bewertungsgrundsätze

Kapitalanlagen

Die Anlageliegenschaften werden zu einem modifizierten Anschaffungswert bilanziert. Wertschwankungen, welche unterhalb des Anschaffungswerts auftreten, werden erfolgswirksam verbucht.

Die Beteiligungen werden zum Anschaffungswert oder zum tieferen Marktwert bewertet.

Die Darlehen werden zu Nominalwert bewertet. Bei drohender Insolvenz wird erfolgswirksam abgeschrieben.

Die Finanzanlagen richten sich nach den IFRS-Kategorien:

- Erfolgswirksam zum Fair Value bewertete Finanzanlagen (Fair Value through P&L)
- Jederzeit verkäufliche Finanzanlagen (Available for Sale, AfS)

Erfolgswirksam zum Fair Value bewertete Finanzanlagen setzen sich aus den Kapitalanlagen für die fondsgebundene Lebensversicherung und aus derivativen Instrumenten zusammen. Aus der Fair-Value-Bewertung resultierende Wertschwankungen werden direkt in der Erfolgsrechnung erfasst.

Jederzeit verkäufliche Finanzanlagen (AfS) werden zum Fair Value bewertet. Die Wertschwankungen

werden über das Eigenkapital bewertet, unter Berücksichtigung von 50,0% DPL (Deferred Policyholder Liabilities). DPL repräsentiert den Anteil des Versicherten an den Reserven aus unrealisierten Gewinnen im Eigenkapital. DPL wird zu den technischen Rückstellungen gerechnet.

Impairment von Finanzanlagen

Die Buchwerte von Finanzanlagen, die nicht erfolgswirksam zum Fair Value bewertet werden, werden regelmässig auf einen eventuellen Wertberichtigungsbedarf geprüft. Es wird unterschieden zwischen monetären Anlagen (mit Verfalldatum; Bonds) und nicht monetären Anlagen (ohne Verfalldatum; Aktien und Anteilscheine). Für monetäre Anlagen wird das Impairment bei Wegfall der Wertminderung erfolgswirksam rückgängig gemacht. Für nicht monetäre Anlagen wird nach dem ersten Impairment jeder weitere Wertverlust über die Erfolgsrechnung ausgebucht. Auch bei Wegfall der Wertminderung wird das Impairment nicht rückgängig gemacht. Wertsteigerungen werden bis zum Verkauf im Eigenkapital geführt.

Übrige Aktiven

Selbstgenutzte Liegenschaften werden zum Anschaffungswert aktiviert und über 70 Jahre abgeschrieben.

Abschlusskosten werden in der Höhe des Rückkaufwertabzugs aktiviert und über die Vertragslaufzeit abgeschrieben.

Finanzschulden zu Amortised Cost

Die Differenz zwischen Anschaffungs- und Rückzahlungswert wird nach der Amortised-Cost-Methode unter Verwendung der Effektivzinsmethode erfolgswirksam über die Laufzeit in den Finanzierungskosten erfasst.

Finanzschulden zu Fair Value (Investment Contracts)

Sparversicherungsverträge, welche kein signifikantes Versicherungsrisiko beinhalten, sind gemäss IFRS kein Versicherungsgeschäft und werden gemäss IAS 39 wie Bankprodukte bilanziert, d.h., die Prämie wird in einen Spar- und einen Kostenteil aufgeteilt. Der Sparteil wird direkt als Finanzverbindlichkeit passiviert und nicht mehr über die Erfolgsrechnung verbucht. Der Kostenteil wird erfolgswirksam über Provisionen und Kostenerträge aus Finanzdienstleistungen verbucht.

Bilanz

Aktiven

	31.12.2010	31.12.2009	Abw. in %
Immaterielles Vermögen	0	535 320	-100,0
Immaterielles Vermögen	0	535 320	-100,0
Kapitalanlagen	10 953 246 779	10 482 835 075	4,5
Liegenschaften	888 368 005	905 550 973	-1,9
Beteiligungen	67 540 747	68 747 100	-1,8
Darlehen	707 612 510	782 021 642	-9,5
Finanzanlagen Available for Sale	3 145 446 809	3 202 162 771	-1,8
Finanzanlagen Fair Value through P&L	6 142 591 000	5 522 167 784	11,2
Andere Kapitalanlagen	1 687 708	2 184 804	-22,8
Technische Rückstellungen			
passive Rückversicherung	114 960 693	112 263 125	2,4
Technische Rückstellungen			
passive Rückversicherung direktes Geschäft	114 338 485	111 104 914	2,9
Technische Rückstellungen			
passive Rückversicherung indirektes Geschäft	622 208	1 158 211	-46,3
Forderungen	136 289 790	148 471 067	-8,2
Forderungen aus			
dem direkten Versicherungsgeschäft	54 803 845	63 500 718	-13,7
Forderungen aus dem Rückversicherungsgeschäft	21 825 698	27 170 704	-19,7
Steuerforderungen	20 244 398	16 415 484	23,3
Andere Forderungen	39 415 849	41 384 161	-4,8
Flüssige Mittel und kurzfristige Festgelder	491 706 632	422 076 218	16,5
Aktivierte latente Steuerforderungen	64 977 738	23 550 377	175,9
Übrige Aktiven	1 313 231 190	1 287 036 463	2,0
Selbstgenutzte Liegenschaften	288 930 220	276 550 555	4,5
Aktivierte Abschlusskosten	907 408 592	884 848 846	2,5
Sachanlagen	0	511 654	-100,0
Vorauszahlungen und transitorische Aktiven	116 892 378	125 125 407	-6,6
Total Aktiven	13 074 412 822	12 476 767 645	4,8

Passiven

	31.12.2010	31.12.2009	Abw. in %
Eigenkapital	506 339 326	350 187 373	44,6
Gezeichnetes Kapital	3 053 500	3 053 500	0,0
Kapitalreserven	17 249 168	17 249 168	0,0
Gewinnreserven	283 634 574	215 262 520	31,8
Reserve für unrealisierte Fremdwährungsdifferenzen	-52 640 817	-23 754 151	121,6
Reserve für unrealisierte Gewinne/Verluste der Finanzanlagen Available for Sale	89 172 525	62 247 773	43,3
Ergebnis des Geschäftsjahres	165 870 376	76 128 563	117,9
Nachrangige Verbindlichkeiten	467 600 921	506 982 951	-7,8
Technische Rückstellungen	10 500 253 831	9 992 403 651	5,1
Technische Rückstellungen, direktes Geschäft	10 284 503 801	9 906 127 934	3,8
Technische Rückstellungen, indirektes Geschäft	36 235 224	40 097 542	-9,6
Technische Rückstellungen für zukünftige Überschüsse (DPL)	1 795 14 806	46 178 175	288,7
Übrige Rückstellungen	2 500 000	3 440 000	-27,3
Finanzielle Rückstellungen	2 500 000	3 440 000	-27,3
Finanzverbindlichkeiten	706 878 314	795 170 336	-11,1
Finanzverbindlichkeiten zu Amortised-Cost	305 835 175	338 388 143	-9,6
Finanzverbindlichkeiten zu Fair Value	401 043 139	456 782 192	-12,2
Depotverbindlichkeiten Rückversicherung	70 522 195	52 213 197	35,1
Kurzfristige Verbindlichkeiten	579 676 713	569 015 271	1,9
Verbindlichkeiten aus dem direkten Versicherungsgeschäft	490 745 515	482 345 331	1,7
Verbindlichkeiten aus dem Rückversicherungsgeschäft	13 687 985	10 269 495	33,3
Steuerverbindlichkeiten	27 612 830	34 260 902	-19,4
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	47 630 383	42 139 543	13,0
Passivierte latente Steuerverbindlichkeiten	201 157 176	158 793 744	26,7
Übrige Verbindlichkeiten	39 484 346	48 561 122	-18,7
Transitorische Passiven	39 484 346	48 561 122	-18,7
Total Passiven	13 074 412 822	12 476 767 645	4,8

Erfolgsrechnung

Erfolgsrechnung

	1.1.–31.12.2010	1.1.–31.12.2009	Abw. in %
Verdiente Prämien	1 976 275 566	1 951 308 678	1,3
Gebuchte Bruttoprämie	2 073 253 975	2 026 231 689	2,3
Veränderung Prämienübertrag	1 506 293	-1 293 790	NA
Prämie Rückversicherung	-98 484 701	-73 629 220	33,8
Zinsertrag	1 735 133 371	1 813 814 228	-4,3
Ertrag aus Beteiligungen	14 544 411	2 668 203	445,1
Realisierte Gewinne aus Finanzanlagen und andere Investitionen	37 596 072	48 348 745	-22,2
Nettoertrag aus Finanzanlagen zu Fair Value through P&L	184 202 449	518 372 462	-64,5
Provisionen und Verwaltungskosten aus Finanzdienstleistungen	48 065 198	43 114 674	11,5
Übriger Ertrag	293 903 167	108 240 593	171,5
Total Ertrag	2 728 100 235	2 853 434 783	-4,4
Netto Versicherungsleistungen und -Reservierung	-1 591 312 398	-2 018 687 787	-21,2
Brutto Versicherungsleistungen und -Reservierung	-1 664 265 093	-2 076 013 627	-19,8
Anteil Rückversicherung	72 952 695	57 325 840	27,3
Zinsaufwand	-32 934 173	-33 147 788	-0,6
Aufwand aus Beteiligungen und Zinsaufwand an verbundene Unternehmen	-11 148 923	-16 658 079	-33,1
Realisierte Verluste aus Finanzanlagen und anderen Investitionen	-60 174 347	-87 257 583	-31,0
Abschlusskosten	-322 729 414	-300 072 235	7,6
Verwaltungskosten	-133 846 060	-143 068 731	-6,4
Übriger Aufwand	-376 306 743	-152 516 301	146,7
Total Aufwand	-2 528 452 058	-2 751 408 503	-8,1
Gewinn vor Steuern	199 648 178	102 026 280	95,7
Ertragssteuer	-33 777 802	-25 897 717	30,4
Ergebnis aus dem Geschäftsjahr	165 870 376	76 128 563	117,9

«Einfach GENERALI»

André-Marcel Nwaha
Motorfahrzeugversicherung FORMULA



Impressum

Herausgeber:

GENERALI (Schweiz) Holding AG
Generalsekretariat
Soodmattenstrasse 10
8134 Adliswil
Telefon 058 472 44 27
Telefax 058 472 44 25

Konzept/Gesamtredaktion:

Peter Friedrich

Mitarbeit:

Themenverantwortliche
aus Generalsekretariat
und Geschäftsbereichen

Fotografie:

Christian Senti, Zürich

Gestaltung:

GENERALI und
RICHIGRAFIK, Zürich

Satz/Druck:

Linkgroup, Zürich

Adressen

GENERALI (Schweiz) Holding AG

Soodmattenstrasse 10
8134 Adliswil 1
Telefon 058 472 40 40
Telefax 058 472 44 25

GENERALI Personenversicherungen AG

Soodmattenstrasse 10
8134 Adliswil 1
Telefon 058 472 44 44
Telefax 058 472 55 55

FORTUNA Lebens-Versicherungs AG Vaduz

Städtle 35
FL-9490 Vaduz
Telefon 00423 236 15 45
Telefax 00423 236 15 48

GENERALI Allgemeine Versicherungen AG

Avenue Perdtemps 23
1260 Nyon 1
Telefon 058 471 01 01
Telefax 058 471 01 02

Deutschschweiz
Soodmattenstrasse 4
8134 Adliswil 1
Telefon 058 472 34 00
Telefax 058 472 34 01

FORTUNA Rechtsschutz-Versicherungs- Gesellschaft AG

Soodmattenstrasse 2
8134 Adliswil 1
Telefon 058 472 72 00
Telefax 058 472 72 01

FORTUNA Investment AG

Soodmattenstrasse 10
8134 Adliswil 1
Telefon 058 472 44 44
Telefax 058 472 53 39

FORTUNA Investment AG Vaduz

Städtle 35
FL-9490 Vaduz
Telefon 00423 232 05 92
Telefax 00423 236 15 46

Internet www.generali.ch

E-Mail

Holding/Gruppe:	info@generali.ch
Lebensversicherung:	life@generali.ch
Nichtlebensversicherung:	nonlife@generali.ch
Rechtsschutzversicherung:	info.rvg@generali.ch
Investment/Fonds:	investment@generali.ch
Direktverkauf:	direct@generali.ch



GENERALI SCHWEIZ
Holding

Gesellschaftssitz

GENERALI (Schweiz) Holding AG, Soodmattenstrasse 10, 8134 Adliswil 1
Telefon 058 472 40 40, Telefax 058 472 44 25, info@generali.ch