

Presseinformation

Wien, am 29. Jänner 2009

15 Jahre Skandia in Österreich

Skandia 2008: Erfolgsgeschichte trotz Krise mit deutlichen Steigerungen

Auch im krisengetrübten Jahr 2008 konnte Skandia branchenüberdurchschnittliche Ergebnisse einfahren: In Bezug auf die Prämiensumme im Fondsgebundenen Neugeschäft blickt der Vorsorgeinnovator sogar auf das erfolgreichste Jahr in der Unternehmensgeschichte zurück. 2009 startete bereits sehr erfolgreich mit der Expansion nach Ungarn und in die Tschechische Republik. Die solide wirtschaftliche Basis ist das Ergebnis der mittlerweile 15-jährigen Skandia Erfolgsgeschichte: Die Kombination von kreativen Produktideen mit absolutem Commitment zu Kunden- und Serviceorientierung.

Trotz globaler Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise steht Skandia weiterhin auf solider wirtschaftlicher Basis und konnte auch im vergangenen Jahr reüssieren. „In Bezug auf die Beitragssumme im Fondsgebundenen Neugeschäft war 2008 sogar eines der besten Jahre seit unserem Bestehen: 46% mehr Kunden haben mit einem Pensionssparvertrag vorgesorgt als im Jahr davor. Etwa 93% unserer Kunden besparen ihre Verträge mit laufenden Beiträgen, auch das hilft in einer Krise durchzuhalten“, so Skandia Vorstand Mag. Hermann Schrögenauer. Die New Sales stiegen im vergangenen Jahr um 9% auf 31,3 Mio. Euro und auch die Prämiensumme konnte mit 14% Plus auf 663,7 Mio. Euro deutlich erhöht werden. Die Auswirkungen der Börsenturbulenzen auf das Stornoverhalten der Kunden zeigt bei Skandia im Vergleich zum Branchendurchschnitt nur einen leichten Abwärtstrend – das verwaltete Vermögen (Leben-Geschäft und Direktinvestment) ist mit rd. 809 Mio. Euro weiterhin auf einem hohen Stand.

Start 2009 mit Expansion in den Wachstumsmarkt CEE

„Für uns startet 2009 mit einem Paukenschlag: Wir haben Niederlassungen in Ungarn und Tschechien gegründet, Standorte in Budapest und Prag eröffnet und mit dem Angebot neuer Investmentchancen wie Life Time unser Engagement in CEE begonnen“, berichtet Schrögenauer. Skandia studiert seit langem das Umfeld im zentral- und osteuropäischen Raum und sieht in Zeiten des steigenden Wohlstands ein interessantes Potenzial für Fondsgebundene Lebensversicherungen. Das Vorsorgeunternehmen glaubt aber nicht an Cross-border Selling – das Erfolgsrezept heißt globales Know-how kombiniert mit lokaler Verankerung. „Wir wollen unsere Core-Produkte wie Life Time promoten und den Retailmarkt forcieren, mit dem Anspruch, auch in Ungarn und Tschechien zu den Marktführern zählen: á la longue erwarten wir eine ähnlich gute Performance wie in Österreich. Unser Ziel für 2009 lautet: Im ersten Jahr rund 1.500 neue Vertragsabschlüsse pro Land“, schließt er.

Skandia Anleger beweisen auch in Krisenzeiten Vertrauen

„Die negativen Meldungen über den Finanzmarkt, das Auflösen diverser Garantieprodukte des Mitbewerbs und Insolvenzen einiger Garantiegeber haben im vergangenen Jahr viele Anleger verunsichert – alles Rückschläge, durch die wir nicht betroffen waren. In enger Zusammenarbeit mit unseren unabhängigen Vertriebspartnern konnten wir immer ganz nah am Kunden sein und gemeinsam Strategien entwickeln, diese Durststrecken zu überdauern“, erklärt Schrögenauer. Fondsgebundene Lebensversicherungen sind langfristige Investmentinstrumente, die gute Ertragsmöglichkeiten und je nach Produkt Sicherheitskomponenten kombinieren – und so konzipiert sind, Marktschwankungen und Krisen langfristig auszugleichen. Voraussetzung dafür ist, dass Investoren auch in etwas unruhigeren Zeiten bei der gewählten Strategie bleiben. „Darüber hinaus kommt die Finanzkrise zu einem Zeitpunkt, zu dem ein Großteil unserer Kunden die mit laufenden Beiträgen besparen am Anfang oder maximal in der Mitte ihrer Vertragslaufzeit angelangt sind und daher noch genügend Zeit haben, um durch den so genannten Cost Average Effekt am Ende der Laufzeit das Pensionsziel zu erreichen“, betont Schrögenauer.

15 Jahre Erfolg: Einführung der FLV in den österreichischen Markt

„1994 trat in Österreich ein Viererteam an, um den österreichischen Vorsorgemarkt mit innovativen Produkten zu erobern. Das Ziel war ein großes: die Einführung der Fondsgebundenen Lebensversicherung“, beschreibt Schrögenauer den Eintritt des Unternehmens in den einheimischen Markt: „Das ist uns gelungen – die Fondsgebundene Lebensversicherung ist seitdem aus dem Vorsorgemarkt nicht mehr wegzudenken und zeigt auch heute in Zeiten der weltweiten Finanzkrise ihre Stärken, etwa durch breite Streuung und Investition in verschiedene Risikogruppen gegenüber anderen Investmentinstrumenten.“ Vom enormen Wachstum der Aktienmärkte Mitte der Neunziger Jahre profitierte auch das junge Unternehmen in Österreich – das beweist die stetig wachsende Zahl der Kunden. Und Skandia bewies weiterhin seine Vorreiterrolle.

Meilensteine: Produktinnovationen am laufenden Band

Ab 2001 bewies Skandia mit dem Launch des Zielgruppenproduktes Skandia Teddy Cool, dass Vorsorge nicht nur etwas für Erwachsene ist und auch für „Leute ab null“ schon ein Grundstein für Studium oder erste Wohnung gelegt werden kann. Teddy Smart mit Garantiekomponente folgte nach. Sicherheit wurde nach der Technokrise zum globalen Bedürfnis. Für Skandia Anlass genug, 2002 die erste Fondsgebundene Garantiepolicke einzuführen: Skandia Smart Dolphin mit Kapitalhöchststandsgarantie. Und da Vorsorge immer mehr zum Frauenthema wurde, launchte Skandia Lady's First, das Garantie, die Möglichkeit zu flexiblen Entnahmen und einen Geburtenbonus bietet. Mit Leader Sheep und diversen Blue Sheep-Tranchen wurden ab 2004 jedem Anlegergeschmack die passenden Produkte geboten. Der nächste Meilenstein in der Geschichte war der Skandia Navigator, bei dem für jeden Anleger sein ganz persönliches, optimales Portfolio erstellt wird. Der Launch des innovativen Investmentkonzeptes Life Time 2007 erwies sich schließlich als umsatzstärkste Idee seit Unternehmensgründung: In den ersten Monaten wurden die meisten neuen Verträge jemals abgeschlossen. Die Produktentwicklung

rund um das Team von Vorstand Markus Deimel hat hier ganze Arbeit geleistet, „Life Time erschließt dem Kunden flexible Lösungen, maßgeschneidert auf die Lebensphase“, betont Schrögenauer und ist sicher, dass „nur bei guter Zusammenarbeit zwischen Backoffice und Vertrieb optimale Gesamtlösungen wie Life Time und zwar gleichermaßen für Kunden als auch für unsere Vertriebspartner entstehen können“.

„Wir freuen uns schon auf weitere 15 erfolgreiche Jahre, in denen uns die Ideen für neue, anpassungsfähige, ertragreiche und sichere Produktinnovationen bestimmt nicht ausgehen werden“, schließt Schrögenauer.

Skandia bietet seinen Kunden als international führender Finanzdienstleistungskonzern individuelle Vorsorge- und Investmentlösungen. Seit 2006 ist Skandia Teil der Old Mutual Gruppe, die mit rd. 50.000 Mitarbeitern in mehr als 40 Ländern weltweit ein Vermögen von ca. 349 Mrd. EUR verwaltet.

In Österreich ist Skandia seit 1994 präsent und verwaltet mit 115 Mitarbeitern derzeit ein Vermögen von rund 809 Mio. EUR. Skandia hat fondsgebundene Lebensversicherungen und Garantieprodukte in den österreichischen Markt eingeführt und zählt mit insgesamt über 100.000 Kunden in beiden Kategorien zu den Marktführern.

www.skandia.at

Rückfragen

Mag. Susanne Hudelist | ikp

T: +43 1 524 77 90- 19

M: +43 699 10 66 32 60

E: susanne.hudelist@ikp.at

Karin Lang | Skandia

T: +43 1 53664- 406

M: +43 664 545 06 73

E: karin.lang@skandia.at