

Presseinformation

Wien, am 6. Juli 2010

Vorsorgespezialist jetzt auch mit Facebook-Präsenz Skandia schafft Vorsorgebewusstsein bei jüngeren Zielgruppen

Die Pensionslücke wächst – umso jünger Arbeitnehmer heute sind, desto weniger können sie mit einer staatlichen Pension rechnen, mit der sie sich ihre „goldenen Jahre“ leisten können. Sorgen um ihre finanzielle Zukunft machen sich junge Menschen immer mehr, doch der Schritt zur Eigenvorsorge wird oft viel zu spät gesetzt. Neue Wege in der Kommunikation beschreitet daher Skandia Österreich jetzt mit Facebook-Präsenz – zur Aufklärung in Sachen Vorsorge und für einen offenen und ungezwungenen Dialog. Besondere Zuckerl für die jungen Anleger sind Gewinnspiele und Aktionen.

„Den Schritt in den Social Media Bereich haben wir ganz bewusst gewählt. Wir sind kein distanzierter Finanzdienstleister, sondern sehen uns viel eher als Coach und Lebensbegleiter unserer Kunden. Denn die Beratung punkto finanzieller Zukunft muss über vielfältige Kommunikationswege stattfinden – Aufklärung und Information sind dabei genauso wichtig wie ein offener Austausch, die Nähe zum Kunden und das Eingehen auf individuelle Bedürfnisse“, schildert Skandia Vorstand Gerhard Hopfgartner, MBA, die Hintergründe zur neuen Facebook-Seite von Skandia Österreich: „Die Möglichkeit zum Dialog spielt seit der Finanzkrise im Jahr 2009 eine noch größere Rolle, um Unsicherheiten bei unseren Kunden begegnen und vorbeugen zu können.“

Interaktion und Kommunikation auf Augenhöhe

Die Angebote der neuen Social Media Präsenz von Skandia sind vielfältig: Zusätzlich zur Möglichkeit des schnellen und offenen Dialoges rund um das Thema Vorsorge begleiten bunte Aktionen und Incentives die User. Neben einem Gewinnspiel bei dem Einkaufsgutscheine verlost werden wird es in Kürze auch Aktionen „zum Mitmachen“ geben. Ziele des Auftritts sind neben Kundenbindung die Schaffung von Aufmerksamkeit für die Marke und die Erschließung jüngerer Zielgruppen. „Unterschiedliche Generationen haben unterschiedliche Kommunikationsbedürfnisse – besonders die jüngere Generation ist hinsichtlich ihrer Vorsorge vor andere, neue Bedingungen gestellt. Wir begegnen daher unseren Kunden so, wie es für sie normal ist, schließlich wollen wir ihnen zuhören und passende Antworten auf ihre Fragen geben“, erklärt Skandia Marketingleiterin Karin Lang die Kommunikationsstrategie. Doch auch für Diskussionen abseits von Investment und Vorsorge ist gesorgt: „Natürlich darf ein gewisser Entertainment-Faktor nicht fehlen, das zeigt auch die rege Beteiligung am derzeitigen Infoservice zur Fußballweltmeisterschaft“, so Lang.

Link Facebook-Seite Skandia Austria

über www.skandia.at oder direkt auf <http://www.facebook.com/SkandiaAustria>

Umsetzende Agentur: Liechtenecker, www.liechtenecker.at

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 39 Ländern weltweit ein Vermögen von ca. 349 Mrd. EUR verwaltet.

In Österreich ist Skandia seit 1994 präsent und verwaltet mit 110 Mitarbeitern derzeit ein Vermögen von über 1 Mrd. EUR. Skandia hat Fondsgebundene Lebensversicherungen und Garantieprodukte in den österreichischen Markt eingeführt und zählt mit insgesamt über 110.000 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