

Presseinformation

Skandia – das Unternehmen

Vorsorgeinnovator seit 16 Jahren auf Erfolgskurs

Wien, im September 2011. **Wie auch in den letzten, volatilen Marktjahren erreichte Skandia, Teil der internationalen Old Mutual Gruppe, 2010 ein Wachstum über dem Branchenschnitt: Der IFRS Jahresgewinn nach Steuern erhöhte sich um 13,5% auf 16,8 MEUR. Auch das verwaltete Vermögen wuchs um fast 20% von 1,044 Mrd. EUR in 2009 auf rd. 1,247 Mrd. EUR in 2010. Die solide wirtschaftliche Basis ist das Ergebnis der mittlerweile 16-jährigen Skandia Erfolgsgeschichte: Die Kombination von kreativen Produktideen mit absolutem Commitment zu Kunden- und Serviceorientierung. Aktuell liegt der thematische Schwerpunkt klar auf Pensionsvorsorge.**

„Im vergangenen Geschäftsjahr war unser Schwerpunkt die langfristige Pensionsvorsorge – und unsere Bewusstseinskampagne zum drohenden Pensionsloch hat eindeutig gegriffen“, freut sich Skandia Vorstand Gerhard Hopfgartner, MBA. „Neben den deutlichen Steigerungen bei Jahresgewinn und verwaltetem Vermögen sehen wir insbesondere das hohe Niveau der Bestandsverträge und den Aufwärtstrend bei den durchschnittlichen Monatsprämien als Beweis, dass wir mit unserer Strategie goldrichtig liegen“. Die Verträge in Bestand hielten das hohe Niveau der Vorjahre von 110.000 Stück auch 2010. 2010 wurden insgesamt 9.022 Neuverträge abgeschlossen. Im ersten Quartal 2011 erreichte die Anzahl der neu abgeschlossenen Verträge mit rund 2.500 Stück bereits ein hohes Niveau. Die durchschnittlichen Monatsprämien erhöhen sich kontinuierlich und liegen derzeit bei 129 EUR im April 2011. „Ein eindeutiges Zeichen, dass das Bewusstsein für die Notwendigkeit langfristiger Pensionsvorsorge in der österreichischen Bevölkerung immer weiter wächst. Nichtsdestotrotz: Wirklich notwendig, um das Pensionsloch zu stopfen, wäre immer noch ein Vielfaches – und so heißt es für uns, weiterhin unseren Anlegern mit lebensbegleitenden Vorsorgelösungen einen Ausweg aufzuzeigen“, betont Hopfgartner.

8% Marktanteil - Fast zwei Drittel der Anleger setzen auf Garantiekomponenten

Skandia erreichte im Vorjahr einen Marktanteil Leben im Bereich der Fondsgebundenen Lebensversicherung von knapp 8%. Der Trend ging 2010, wie in den vorangegangenen schwierigen Marktjahren, deutlich in Richtung Garantieprodukte: Im letzten Jahr machten Lösungen mit Garantiekomponenten wie der Smart Dolphin als Topseller im Skandia Portfolio mit 62% den Löwenanteil aus. Der Skandia Navigator repräsentierte 2010 wie auch in den Vorjahren etwa 10% des Portfolios; die Zielgruppenlösungen mit den 2009 eingeführten Optionen Lady und Teddy verdoppelten ihren Anteil auf über 20%. Skandia Active Mix, das Vorsorgeprodukt für individuelle Anleger, hatte im vergangenen Geschäftsjahr einen Anteil von rd. 8%. „Hier eröffnet uns das erste Quartal allerdings einen neuen Trend zum aktiven Investieren und zur individuellen Fondsauswahl: Aktuell liegt der Active Mix Anteil bereits bei knapp 20%“, erklärt Hopfgartner die jüngste Entwicklung.

Unternehmensstrategie: Servicequalität und Produktinnovation

Das solide Wachstum führt Hopfgartner auch auf die mehrfach ausgezeichnete Servicequalität und die Marktentwicklung zurück. Skandia kann außerdem auf über 150 Jahre Weltmarkterfahrung und globale Expertise zurückgreifen: Seit 2006 ist Skandia Teil der Old Mutual Gruppe, die mit rd. 56.000 Mitarbeitern in 34 Ländern weltweit ein Vermögen von ca. 360 Mrd. EUR verwaltet. Insgesamt vertrauen weltweit 8 Millionen Kunden auf die modernen Finanzprodukte, die hohe Servicekompetenz und die Kombination aus internationaler Erfahrung und lokaler Verankerung.

Skandia-Studie: Pensionsloch als Damoklesschwert der Zukunft

Für wie groß die Österreicher das drohende Pensionsloch tatsächlich halten, wie wichtig für sie Vorsorge ist, und wie viel sie derzeit zu investieren bereit sind, hat Skandia im Oktober 2010 in einer Studie, die vom GfK Marktforschungsinstitut durchgeführt wurde, unter 1.000 Personen abgefragt. Laut Studie haben sich bisher nur 33% der Befragten intensiv mit dem Thema Pensionsvorsorge auseinandergesetzt und sorgen auch schon gezielt vor. 65% haben sich zumindest schon einmal mit Vorsorge für die Pension beschäftigt – 26% geben jedoch an, dass sie sich mit dem Thema noch gar nicht befasst haben. Der Löwenanteil jener Österreicher, die bereits in eine Lebensversicherung sparen, nämlich drei Viertel, zahlt weniger als 100 Euro monatlich ein. „So wie es jetzt aussieht, hängt das Pensionsloch wirklich wie ein Damoklesschwert über unseren zukünftigen Pensionisten. Denn weniger als 100 Euro im Monat sind viel zu wenig! Jetzt gibt es zwei Möglichkeiten: monatlich weit mehr einzahlen, im Durchschnitt sicher um die 300 Euro, oder aber viel früher mit der Vorsorge beginnen – und hier bieten wir als Skandia für Jedermann die ideale Lösung“, erklärt Hopfgartner, der auf Basis der Studie gute Wachstumschancen für Fondsgebundene Lebensversicherungen sieht.

Topseller *Skandia Life Time* ideale Antwort auf steigenden Vorsorgebedarf

Im Herbst 2007 launchte Skandia mit „Life Time“ ein innovatives Produktkonzept, das sich flexibel an jede Lebenssituation, die der Anleger durchläuft, anpasst. „Faktoren wie Ausbildung, Heirat oder Eigentumserwerb können die langfristig ausgerichtete Investmentstrategie jedes Anlegers belasten. Deshalb bieten wir mit Life Time die Möglichkeit, flexibel Prämienpausen, Zuzahlungen, Investmentwechsel oder Entnahmen in Anspruch zu nehmen“, erklärt Hopfgartner die Produktidee. Dieser Leitgedanke überzeugte den österreichischen Markt: Life Time entwickelte sich zum Topseller und erzeugte die stärkste Nachfrage in der Unternehmensgeschichte von Skandia. Mit den Optionen Lady's First und Teddy erweiterte Skandia im Frühjahr 2009 das außergewöhnliche Konzept um maßgeschneiderte Lösungen – speziell für die Zielgruppen Frauen und Kinder. Und für 2011 „erwarten wir einen weiter steigenden Vorsorgebedarf – den ÖsterreicherInnen werden der Umfang und die Konsequenzen des drohenden Pensionslochs nämlich immer stärker bewusst“, so Hopfgartner.

Erfolgsrezept Unabhängigkeit im Vertrieb

Unabhängigkeit wird bei Skandia auch im Vertrieb groß geschrieben. Die Beratung und der Verkauf der hauseigenen Produkte erfolgen ausschließlich über unabhängige Vertriebspartner wie Versicherungsmakler und -agenten, Vermögensberater und Banken. Denn Skandia ist auf die Entwicklung innovativer und kundenorientierter Vorsorgelösungen spezialisiert und vertraut daher im Vertrieb auf zuverlässige Partner.

„So wird in einem immer schwieriger zu überblickenden Fondsmarkt die Basis für Transparenz und Entscheidungssicherheit geschaffen. Der Anleger bestimmt selbst die grundsätzliche Ausrichtung seiner Veranlagungsstrategie – von konservativ bis spekulativ. Und wir kümmern uns um die Umsetzung“, fasst Hopfgartner zusammen.

Diese Strategie der Offenheit wird nicht nur von den Kunden und Partnern goutiert, sondern auch von unabhängigen Institutionen: So hat Skandia 2011 bereits zum neunten Mal das Siegereckchen beim Service Award erklommen und Silber für die ausgezeichnete Servicequalität erhalten. „Besonders stolz sind wir auch auf Gold beim Assekuranz Award 2010 – hier haben uns die Vertriebspartner in ganz Österreich ausgezeichnete Noten hinsichtlich Produktqualität, Image, Leistungsabwicklung und der serviceorientierten Betreuung gegeben“, schließt Hopfgartner.

Über die Old Mutual plc:

Die Old Mutual plc ist eine internationale Gruppe, die in den Bereichen langfristige Vorsorge, Absicherung und Vermögensanlage tätig ist. 1845 in Südafrika gegründet bietet die Gruppe Lebensversicherungen, Asset-Management, Bankgeschäfte und allgemeine Versicherungen an. Über 15 Millionen Kunden betreut die Gruppe in Europa, Nord- und Südamerika, Afrika und Asien. Die Old Mutual plc ist unter anderem an den Börsen in London und Johannesburg gelistet. Im Geschäftsjahr 2010 hat die Gruppe ein bereinigtes Betriebsergebnis vor Steuern von 1,5 Milliarden Pfund (auf IFRS-Basis) erzielt und verwaltete ein Fondsvolumen von 309 Milliarden Pfund in ihrem Kerngeschäft. Weitere Informationen unter: www.oldmutual.com.

Über Skandia Retail Europe und die Skandia Austria Holding AG:

Als Teil der Old Mutual Gruppe fasst Skandia Retail Europe die Unternehmen Skandia Österreich, Skandia Deutschland, Skandia Schweiz und Skandia Polen zu einem leistungsfähigen Anbieter von Finanzlösungen im mitteleuropäischen Privatkunden-Segment zusammen. In den 90er Jahren gegründet bieten die Skandia Unternehmen vornehmlich innovative und flexible fondsgebundene Produkte über unabhängige Finanzberater (IFAs), Banken und institutionelle Vertriebspartner an. 2009 wurden die bis dahin unabhängigen Skandia Gesellschaften zu einem gemeinsamen Geschäftsfeld zusammengeschlossen, um die Stärke der Gruppe zu nutzen.

Die Skandia Austria Holding AG ist für das österreichische Geschäft von Skandia Retail Europe zuständig. Der Versicherer ist seit 1994 in Österreich aktiv und betreute Ende 2010 über 110.000 Kunden sowie ein verwaltetes Vermögen von über 1,2 Milliarden Euro.

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