

Presseinformation

Wien, am 8. Mai 2009

Skandia stärkt Marktposition weiter

Skandia steuerte im ersten Quartal 2009 trotz Marktwidrigkeiten weiterhin auf Erfolgskurs: Das Investmentkonzept „Life Time“ bewies sich als Dauerbrenner auf Nachfrageseite, die Verträge in Bestand hielten durch Kundenbindungsmaßnahmen das hohe Niveau und der Marktanteil in der Fondsgebundenen Lebensversicherung konnte auf 9,26% gesteigert werden.

„Wir haben im ersten Quartal 2009 trotz der Krise Marktanteile zugewonnen und unsere Stellung am FLV-Markt von 8,79% auf 9,26% weiter ausgebaut – konkret: Wir haben einen Platz gewonnen und liegen nun an elfter Stelle“, freut sich Mag. Hermann Schrögenauer, Vorstand bei Skandia, über den Erfolg der innovativen Investmentkonzepte aus dem Hause Skandia. Auch die Verträge in Bestand halten zu Zeiten der Anlegerverunsicherung bei über 110.000 auf konstant hohem Niveau. „Ein Trend, über den wir uns schon im vergangenen, doch krisengeschüttelten Geschäftsjahr freuen konnten: Hier lagen wir bei den New Sales mit 31,3 Mio. EUR weit über Ziel“, erklärt Schrögenauer. „Durch kreative Produktideen und unser absolutes Commitment zu Kunden- und Serviceorientierung ist es uns trotz des immer heftiger umkämpften Marktumfelds gelungen, unsere Marktposition sogar noch zu verbessern“. Zum Vergleich: Der FLV-Markt ist im ersten Quartal um 11,59% geschrumpft, der Leben-Markt um 6,97%.

Dauerbrenner Life Time – Garantieprodukte weiter trendy

Der Schwerpunkt liegt dabei auf laufenden Sparprodukten für die private Altersvorsorge. Der Launch von Skandia Life Time, einem flexiblen Vorsorgekonzept für Jedermann, erwies sich als umsatzstärkste Idee seit Unternehmensgründung. Das Produktportfolio teilt sich aktuell in folgende Sektoren: Garantieprodukte wie der Skandia Smart Dolphin wurden in Q1/2009, wie auch schon in den Vorjahren, am stärksten nachgefragt und konnten ihren Anteil am Skandia-Portfolio von 40% auf 52% erhöhen. Der Skandia Navigator, bei dem der Kunde auf ein Anlageziel hin gemanagt wird, konnte ebenfalls seine Beliebtheit bestätigen und seine Verkaufszahlen von 12,4% auf 14% steigern. Skandia Active Mix, die ideale Lösung für proaktive Anleger, die selbst ihr Investment auswählen möchten, hält mit rund 31% ein Drittel. „Um die Nachfrage nach Life Time weiter anzukurbeln haben wir mit den neuen Optionen Lady’s First und Teddy Anfang April das außergewöhnliche Konzept um maßgeschneiderte Lösungen erweitert – speziell für die Zielgruppen Frauen und Kinder“, gibt Schrögenauer zum Abschluss einen Ausblick auf den Wachstumsmotor des aktuellen Quartals.

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 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