

Gull for Silverkunder

FORSIKRING

Kundene i fripoliseselskapet Silver tjener på at selskapet styrket egenkapitalen fremfor å selge aksjporteføljen da finanskrisen slo til.

MARIUS PARMANN
OSLO

I årets første halvår oppnådde Silver Pensjonsforsikring en verdijustert avkastning på 4,6 prosent. Dette er langt bedre enn de store livselskapene, der SpareBank 1 Livsforsikring var best med avkastning på like over fire prosent. Dårligst ut kom Vital og Storebrand med en avkastning på henholdsvis 1,8 og 1,4 prosent i første halvår.

– Silver hadde ved utgangen av første halvår en betydelig høyere andel av kundemidlene i aksjemarkedet, sammenlignet med de andre livselskapene. Dette har medvirket til den høyere avkastningen, sier administrerende direktør Mikkel A. Berg i Silver.

Han påpeker samtidig at utfordringene for selskapet er de store svingningene i aksjemarkedet sammen med risikoen for et langvarig lavt rentenivå.

Lojale kunder

Selskapet forvalter nær fire milliarder kroner, hovedsakelig fripoliser fra kollektive



pensjonsforsikringer, for omtrent 10.000 privatkunder. Berg understreker at Silver ikke opplever noen kundeavgang, til tross for det han beskriver som offensive mottrekk fra konkurrentene. Ved utgangen av juni var 19,9 prosent av kundemidlene plas-

sert i aksjemarkedet.

– Vi vet at det historisk er flere gode enn dårlige år i aksjemarkedet, og når markedene snur går det ofte fort. Selger du deg ut, rekker du sjelden å komme inn igjen i tide, sier Berg.

marius.parmann@dn.no

Silver Pensjonsforsikring as

Resultat per 2. kvartal

Millioner kroner	2009	2008	Endring
Driftsinntekter	254	409	-45,8%
Driftsresultat	69,7	103,4	167,4%
Resultat før skatt	69,7	103,4	167,4%

■ AKSJEJEVINST.
Administrerende direktør
Mikkel A. Berg i Silver
Pensjonsforsikring.
Foto: Per Thrana