

PRESSEMITTEILUNG

Steigende Markenbekanntheit für cash.life sorgt für florierendes Geschäft – Eintritt in Zweitmarkt geschlossene Fonds erwogen

Hohes Ankaufsvolumen und geplant geringer Absatz in Q1 belasten Ergebnis

(Pullach, 18. Mai 2007) Die cash.life AG hat in den ersten drei Monaten Lebensversicherungen im Wert von 156,5 Millionen Euro gekauft. Wie das Unternehmen mit den Geschäftszahlen für das erste Quartal bekannt gab, ist das eine Steigerung von 76,2 Prozent. „Unsere Marketingstrategie zahlt sich aus“, kommentiert Dr. Stefan Kleine-Depenbrock, Vorsitzender des Vorstandes der cash.life AG. Der Umsatz blieb geplant hinter dem Vorjahreszeitraum zurück und belief sich auf 69,7 Millionen Euro. Die geschlossenen Fonds rufen derzeit die Gelder bei ihren Investoren ab, um im weiteren Geschäftsverlauf in Zweitmarktpolicen zu investieren. „Wir haben aktuell Investitionszusagen der Investoren in Höhe von 655 Millionen Euro“, so Kleine-Depenbrock weiter. „Da der stark gestiegene Policenankauf zunächst Geld kostet und Vermittlerprovisionen und Marketingkosten bei cash.life sofort ergebniswirksam gebucht werden, liegen wir planmäßig mit dem Unternehmensergebnis im ersten Quartal bei -1,7 Mio. Euro, nach 3,4 Mio. Euro im Vorjahr.“ An den Zielprognosen des Unternehmens fürs Gesamtjahr ändert sich nichts.

Neue Produkte laufen an

Der Vorstand erwartet für die neue Dienstleistung Policendarlehen nach einer Anlaufphase im ersten Quartal deutliche Zuwächse. In den ersten drei Monaten vermittelte cash.life ein Darlehensvolumen von 4,0 Millionen Euro an die Deutsche Kreditbank. Die Tochtergesellschaft cash.life international kaufte in Österreich Lebensversicherungen in Höhe von 1,8 Millionen Euro an.

Eintritt in den Zweitmarkt für geschlossene Fonds möglich

Derzeit prüft cash.life den Eintritt in den Zweitmarkt für geschlossene Fonds. „Kein anderes Unternehmen in Deutschland ist für dieses Geschäft prädestinierter als wir“, begründet Kleine-Depenbrock die Marktprüfung. Auf beiden Märkten gäbe es deutliche Parallelen: In beiden Fällen will der Kunde sein Engagement beenden. In beiden Fällen kann cash.life einen Marktplatz bieten und setzt dabei auf ein Netzwerk von rund 16.000 Vermittlern. Kleine-Depenbrock räumt dem Handel auf einer Börsenplattform aufgrund der mangelnden Homogenität der Anteile keine Chancen ein. „Der Kunde will außerdem nicht monatelang auf das Ergebnis der Versteigerung warten, sondern mit einem Festpreis rechnen können“, so Kleine-Depenbrock.

Die cash.life AG kauft, verkauft und verwaltet Lebensversicherungen und hat mit Unternehmensgründung 1999 den Zweitmarkt für Lebensversicherungen in Deutschland initiiert und etabliert. Seit Ende 2006 bietet cash.life auch das Beleihen von Lebensversicherungen an. Mit einem verwalteten Gesamtpolicenportfolio in Höhe von rund 1,8 Milliarden Euro ist das im SDAX notierte Unternehmen mit weitem Abstand Marktführer.

Kontakt:

cash.life AG
Investor Relations
Florian Leinauer
Telefon: 089 / 286 953 -213
Email: florian.leinauer@cashlife.de
www.cashlife.de