

Handelsbanken

Pressmeddelande

Stockholm den 2007-09-03

Handelsbanken säljer SPP till Storebrand

Handelsbanken säljer SPP till Storebrand för 18 miljarder kronor. Realisationsvinsten blir cirka 4 miljarder kronor.

Affären innebär att Storebrand och SPP tillsammans bildar den ledande aktören på de nordiska tjänstepensionsmarknaderna. Samtidigt inleder Handelsbanken och Storebrand ett samarbete kring tjänstepensioner.

– Det här är en riktigt bra affär för alla parter, säger Handelsbankens koncernchef Pär Boman.

Att det är just Storebrand som blir ny ägare till SPP var helt avgörande för affären enligt Pär Boman:

– Framtida pensionstrygghet är något som ska hanteras med stor varsamhet. Därför var rätt köpare viktigare än någonting annat. Det som är bäst för kunden har alltid företräde i Handelsbanken.

Storebrand är ett av Nordens största och mest solida tjänstepensionsbolag - bildat redan 1767 - och idag ett modernt, innovativt och vinstutdelande livbolag. Liksom SPP i Sverige, anses Storebrand vara den norska marknadens ledande specialist på tjänstepensioner. Storebrand har de senaste fyra åren också haft de mest nöjda kunderna på den norska marknaden.

– Den här affären tar således inte bort någonting som kunderna har idag. Tvärtom tillför den mervärde - fler valmöjligheter, fler konkurrenskraftiga lösningar och ännu mer kompetens.

SPP och Storebrand bildar nu tillsammans den största tjänstepensionskoncernen i Norden:

– SPP har en unik ställning inom svensk tjänstepension, man är det enda bolaget med verksamhet inom samtliga segment på marknaden. På SPP finns en djup och bred kompetens och bolagets medarbetare är därför en mycket central del av affären. De är mycket välkomna in i vår koncern, de kommer bli en fantastisk förstärkning för vår satsning på den svenska marknaden, säger Idar Kreutzer, koncernchef för Storebrand.

Under de sex år som Handelsbanken ägt SPP har bolaget förändrats i grunden. Bland annat har bolagets driftskostnader halverats. SPP har också ombildats till vinstutdelande livbolag och genomfört en omfattande utveckling av bolagets produkter och erbjudanden.

Samtidigt har marknaden för tjänstepensioner utvecklats mer och mer mot mäklarsålda lösningar och stora så kallade kryssval. Kampen om marknadsandelar förs allt oftare via ombud och stora, centrala reklamkampanjer.

– De kontaktytor som fanns mellan SPP och våra bankkontor när vi köpte bolaget har därför hela tiden blivit mindre. I Handelsbanken är det ju kontoren som gör affärerna i nära och direkt relation med varje kund. Därför är det också sällsynt med centrala marknadsinsatser, eftersom varje kunderbjudande är unikt, säger Pär Boman.

Att ha två så skilda marknadslogiker i en och samma koncern är inte optimalt för någon part, anser han:

– Jag vill inte säga att vi gått i vägen för varandra, men vi har gått åt olika håll. När SPP nu var färdigrustat, starkare än någonsin tidigare och redo att gå på offensiven stod vi därför inför ett val: antingen frikoppla SPP helt från övriga koncernen eller hitta en partner med samma fokus och samma arbetssätt. Storebrand gjorde det valet enkelt. Det här blir riktigt bra för de båda bolagen, dess kunder och medarbetare.

Pär Boman ser också klara fördelar för Handelsbanken.

– Det är alltid enklare med ett fokus istället för två. Vi kan nu ägna hela vår kraft och alla våra resurser åt det som är det som verkligen är det unika med Handelsbanken: nämligen vår starka, decentraliserade kontorsrörelse – en kontorsrörelse som dessutom nu växer snabbare än någonsin tidigare.

Enligt Ulf Riese, CFO i Handelsbanken, ger också affären mindre svängningar i bankens resultat:

– Vid ombildningen av SPP delade vi ut 2,8 miljarder kronor till försäkringstagarna och tog därefter över en stor del av alla de risker och underskott som försäkringstagarna tidigare ensamma fick dela på. Vi är fortfarande också den enda ägare bland svenska livbolag som gått in med egna pengar och täckt underskott på försäkringstagarnas konton. Nya kapitaltäcknings- och solvensregler har gjort att SPP bundit mer kapital än vad någon kunnat förutse och dessutom utvecklats till en form av centralt risktagande som vi normalt sett inte arbetar med i vår decentraliserade affärsmodell. Nu får vi en större stabilitet – och aktieägarna som ytterst stått risken, får tillbaka sina pengar i form av bland annat förbättrad räntabilitet och ökad vinst per aktie.

Affären med Storebrand innebär inte att banken lämnar tjänstepensionsmarknaden, enligt Michael Zell, chef för Handelsbanken Pension & Försäkring:

– Vi inleder nu ett samarbete med Storebrand kring tjänstepensioner – bland annat kring produktutveckling och riskhantering. Dessutom ska Handelsbankens fonder ingå i Storebrands tjänstepensionserbjudande både på den svenska och norska marknaden.

Handelsbanken Liv ska även fortsättningsvis sälja sin tjänstepensionslösning via Handelsbankens kontor.

– Handelsbanken Livs produkter och lösningar är sedan länge väl integrerade på kontoren, inte minst de kapitalgaranterade produkterna, privata pensionslösningar och andra former av långsiktigt sparande. Handelsbanken Liv kommer därför nu att knytas ännu närmare kontorsrörelsen och Handelsbanken Kapitalförvaltning.

Pär Boman sammanfattar:

– Vi har sålt ett bra bolag, i rätt tid och till rätt köpare. Jag vet att de flesta brukar säga det - men jag menar det verkligen också: det här är en riktigt bra affär för alla.

För ytterligare finansiell information om affären – se appendix.

Inbjudan till presskonferens

Media och analytiker hälsas välkomna till presskonferens på Handelsbanken idag där koncernchef Pär Boman redogör för affären.

Tid: 10.00 idag

Plats: Handelsbankens huvudkontor, Kungsträdgårdsgatan 2, Stockholm.
(Anmälan sker i receptionen)

Presentationen från presskonferensen kommer att finnas tillgängliga på Handelsbankens hemsida (www.handelsbanken.se) från klockan 10.00 idag.

Handelsbanken, SPP och Storebrand håller senare under dagen också en gemensam presskonferens.

Tid: 14.00 idag.

Plats: Chinateatern, Berzelii Park 9, Stockholm. (Anmälan sker vid ingången).

Telefonkonferens

Klockan 16.30 CET håller Handelsbanken en telefonkonferens för analytiker. Medverkan från Handelsbanken är Ulf Riese, CFO och Bengt Ragnå, chef Investor Relations.

Telefonnummer: 08-50 52 01 14 Från utlandet: +46-8-50 52 01 14

För ytterligare information kontakta:

Pär Boman, VD och koncernchef	08 – 22 92 20
Michael Zell, chef Handelsbanken Pension & Försäkring	08 – 22 92 20
Ulf Riese, CFO	08 – 22 92 20
Johan Lagerström, presschef	08 – 701 13 95 Mobil: 070 - 265 80 14
Bengt Ragnå, chef Investor Relations	08 – 701 12 16 Mobil: 070 - 567 12 16

Handelsbanken

Appendix till pressmeddelande (2 bilagor)

Storebrands förvärv av SPP – finansiella fakta

- Storebrand förvärvar SPP, inklusive varumärket, för 18,0 mdkr kontant.
- Handelsbankens reavinst blir cirka 4 mdkr före eventuella avsättningar för omställningskostnader.
- Handelsbanken fortsätter att förvalta SPPs försäkringskapital under en övergångsperiod.
- Handelsbankens fondsortiment görs tillgängligt för Storebrands kunder.
- Storebrand får en exklusiv rätt att inom två år förvärva Handelsbanken Livs tjänstepensionsbestånd.
- Handelsbankens primärkapitalrelation ökar med cirka 20 punkter och kapitaltäckningsgraden ökar med knappt 200 bp
- Jämfört med analytikernas konsensusbedömning av bankens vinst per aktie och räntabilitet förväntas transaktionen få positiv effekt.
- Storebrands förvärv av SPP kräver bland annat myndighetsgodkännande i Sverige och Norge samt godkännande av Storebrands bolagsstämma.
- Affären beräknas kunna slutföras runt kommande årsskifte.

Finansiella effekter av transaktionen

Handelsbanken förvärvade SPP 2001 för 7,1 mdkr och har därefter tillfört ytterligare 11,2 mdkr i samband med ombildningen år 2006. Dessutom har banken tecknat förlagslån på 1,6 mdkr. Av det vid ombildningen tillförda kapitalet avsåg 3,4 mdkr ett så kallat latent kapitaltillskott, vilket täckte de försäkringar som var underfinansierade vid ombildningstillfället. Sedan ombildningen har netto 1 mdkr av det latent kapitaltillskottet återvunnits.

Kassaflödesmässigt genererar transaktionen ett överskott på cirka 2,5 mdkr då det ackumulerade kassaflödet före transaktionen uppgick till cirka -15,5 mdkr. Under 2002 tecknade Handelsbanken förlagslån på 1,6 mdkr. Förlagslånen kommer att löpa vidare under ett år för att därefter refinansieras.

Genom transaktionen uppstår en realisationsvinst på cirka 4 mdkr, före eventuella omställningskostnader, vilka bedöms uppgå till maximalt cirka 0,5 mdkr. Ersättningen till Handelsbanken erläggs kontant. Skattebelastningen blir maximalt 50 mnkr. Handelsbankens bedömning är att svängningarna i resultatet kommer att minska samtidigt som risknivån i koncernen sänks, såväl försäkringsrisker som asymmetriska marknadsrisker.

Jämfört med analytikernas konsensusbedömning av bankens vinst per aktie för 2008 förväntas transaktionen få en positiv effekt. Detta avser före eventuella återköp av egna aktier och under antagandet att avkastningen efter skatt på köpeskillingen överstiger 5 procent per år. Transaktionen förväntas tillika få en positiv effekt på koncernens räntabilitet – också detta i förhållande till marknadens förväntningar - före eventuella återköp av egna aktier om avkastningen på köpeskillingen överstiger 9 procent efter skatt per år. Skulle banken köpa tillbaka aktier till ett belopp som motsvarar reavinsten krävs en avkastning på köpeskillingen på 3 procent respektive 6 procent för att transaktionen ska få en positiv effekt på dessa nyckeltal i förhållande till konsensusbedömning.

Handelsbankens primärkapitalrelation ökar genom transaktionen med cirka 20bp och kapitaltäckningsgraden skulle, om transaktionen hade genomförts per 30 juni, uppgå till 11,93 procent jämfört med den redovisade på 10,0 procent.

Koncernens resultat- och balansräkning Pro Forma

	Tidigare publicerad	Pro forma	Tidigare publicerad	Pro forma
	Jan-jun	Jan-jun	Helår	Helår
mnkr	2007	2007	2006	2006
Räntenetto	7 793	7 968	14 972	15 443
Provisionsnetto	4 581	3 996	8 956	7 509
Nettoresultat av finansiella poster				
värderade till verkligt värde	1998	2 116	4 537	3 448
Riskresultat försäkring	234	107	571	219
Övriga intäkter	330	382	523	612
Summa intäkter	14 936	14 569	29 559	27 231
Summa kostnader	-6 592	-6 161	-12 450	-11 579
Resultat före kreditförluster	8 344	8 408	17 109	15 652
Kreditförluster/återvinningar	135	135	55	55
Rörelseresultat	8 479	8 543	17 164	15 707
Skatter	-1915	-2 216	-4 036	-4 209
Periodens resultat	6 564	6 327	13 128	11 498

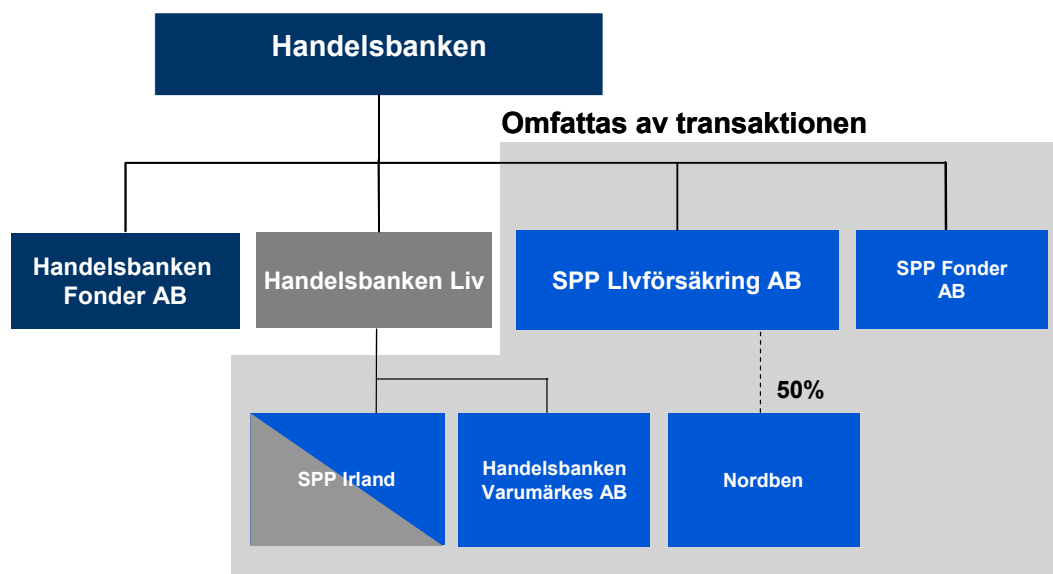
Koncernens balansräkning

	Tidigare publicerad	Proforma	Tidigare publicerad	Proforma
	30 jun	30 jun	31dec	31dec
mnkr	2007	2007	2006	2006
Utlåning till allmänheten	1197 023	1198 367	1100 538	1119 826
Utlåning till kreditinstitut	194 500	193 992	177 175	156 836
Räntebärande värdepapper	285 451	230 739	266 743	208 561
Övriga tillgångar	288 356	221 803	245 552	191 676
Summa tillgångar	1965 330	1844 901	1790 008	1676 899
In- och upplåning från allmänheten	572 474	496 738	533 885	475 193
Skulder till kreditinstitut	378 219	369 957	320 482	302 579
Emitterade värdepapper m m	640 932	640 932	595 001	595 001
Efterställda skulder	60 873	60 873	51 672	51 672
Övriga skulder	246 595	206 223	222 742	182 621
Eget kapital	66 237	70 178	66 226	69 833
Summa skulder och eget kapital	1965 330	1844 901	1790 008	1676 899

- Pro forma för helåret 2006 respektive halvåret 2007 har upprättats under antagandet att Handelsbanken sålde SPP den 1 januari respektive år.
- Under perioderna har likvidbeloppet beräknats vara placerat till interbankränta.
- Inför transaktionen antas SPP förvärva följande bolag till bokfört värde: Handelsbanken Varumärkes AB (från Handelsbanken Liv Försäkrings AB), SPP Fonder AB (från Handelsbanken AB) och Handelsbanken Life and Pension (från handelsbanken Liv) .

Bilaga 2 (2) till appendix:

Transaktionen – legala strukturer



SPP Livförsäkring AB och relaterade dotterbolag säljs för 18,0 mdkr kontant.
Dessutom ingår nedanstående bolag i transaktionen

- SPP Fonder AB
- SPP Irland⁽¹⁾
- Handelsbanken Varumärkes AB
- 50% andel i Nordben

⁽¹⁾ Enbart tjänstepension – resterande ligger kvar i Handelsbanken Liv