

**Hauptversammlung
am 14. Juni 2006**

Rede von Dr. Alexander Erdland

**Vorsitzender des Vorstands
Wüstenrot & Württembergische AG**

(Es gilt das gesprochene Wort.)

Liebe Aktionärinnen,
liebe Aktionäre,

auch mir ist es eine große Freude, Sie heute – gemeinsam mit meinen Vorstandskollegen – zur Hauptversammlung Ihrer Wüstenrot & Württembergische AG begrüßen zu dürfen.

Mit Ihrem zahlreichen Erscheinen bekunden Sie Ihr persönliches Interesse an der Entwicklung unserer Unternehmensgruppe. Zugleich bringen Sie mit Ihrem Besuch Ihre Wertschätzung uns gegenüber zum Ausdruck, worüber wir uns sehr freuen und wofür wir herzlich Dank sagen.

Für mich ist diese Hauptversammlung eine Premiere, denn, wie Sie wissen, habe ich mein Amt als Vorsitzender des Vorstandes der W&W erst zum 1. März dieses Jahres angetreten. Ich bin sehr gern zur Wüstenrot & Württembergischen gekommen, ist es doch eine Finanzdienstleistungsgruppe mit großen Potenzialen. Ihre Stärken sind

- die große Kundenbasis in Deutschland,
- die anerkannten, traditionsreichen Marken für privates Wohneigentum, für finanzielle Vorsorge und Absicherung und
- die Unabhängigkeit der Unternehmensgruppe sowie ihre attraktive Besonderheit, indem sie zwischen den großen internationalen Finanzkonzernen auf der einen und vielen Nischenanbietern auf der anderen Seite agiert - mit großen eigenen Chancen.

Und nicht zuletzt ist

- die hohe Identifizierung der Führungsteams, der gesamten Belegschaften und der Außendienstmannschaften mit ihren Unternehmen sowie die damit verbundene Loyalität und Leidenschaft ein ganz besonderer Wert.

Gerade vor diesem Hintergrund können wir uns nicht damit abfinden,

- dass Unternehmen der Gruppe Marktanteile, Beitragsvolumen und damit Kunden verlieren und
- dass in der Gruppe Produktivität, Qualität und Rentabilität zum Teil deutlich hinter vergleichbaren Durchschnittswerten zurückbleiben, von den Abständen zu den jeweils Branchenbesten gar nicht zu sprechen.

Dementsprechend notierte unsere Aktie über lange Zeit bis zum Februar dieses Jahres nur bis zu gut 14 Euro, was lediglich 55,5 Prozent des Net Asset Value entspricht. Auch die Mehrheitsgesellschafterin zeigt sich mit dieser Entwicklung unzufrieden und stärkt uns den Rücken, im Sinne unseres Grundauftrags, Werte zu schaffen, unsere Potenziale auszuschöpfen und eine dementsprechende Vorwärtsstrategie souverän anzugehen.

Die Unternehmen unserer Gruppe müssen dies miteinander auch deshalb tun, weil sich in ihren Branchen in dieser Zeit massive strukturelle Veränderungen und Umwälzungen in unserem Kernmarkt Deutschland abspielen. Banken und Versicherungen stellen sich anders auf, nicht nur mit erkennbar positiven Effekten bei Effizienz und Profitabilität, sondern auch mit Leistungsverbesserungen für die Kunden. Im Quervergleich scheinen mir bei diesem Erneuerungsprozess die Banken sogar den Versicherungen in Deutschland etwas voraus zu sein. Teile unseres Konzerns liegen jedoch im Vergleich zu Erneuerungsprozessen ihrer relevanten Wettbewerber bis dato zurück. Es gibt hier drängenden Nachholbedarf, der jetzt aufgearbeitet wird.

Deshalb haben sich unsere Geschäftsleitungen im Frühjahr dieses Jahres konzentriert und energisch daran gemacht, das jeweilige Unternehmensumfeld, die Unternehmensziele, die Unternehmensstrategie und die Unternehmenskultur für die Unternehmen und für die W&W-Gruppe als Ganzes in aller Klarheit und Aufrichtigkeit analytisch und gestalterisch anzugehen.

Hierauf werde ich im letzten Teil meiner Ausführungen als Ausblick wieder zurückkommen.

Meine sehr verehrten Aktionärinnen und Aktionäre,

zunächst möchten wir vorstandsseitig nun gemeinsam mit Ihnen einen Blick auf das vergangene Geschäftsjahr werfen und den Jahresabschluss 2005 näher vorstellen.

Zunächst zum Konzern. Die Kennzahlen wurden, ebenso wie die Vorjahreszahlen, nach den internationalen IFRS-Rechnungslegungsvorschriften ermittelt, das sind die International Financial Reporting Standards. Mit diesen Regeln soll eine bessere internationale Vergleichbarkeit und eine insgesamt bessere Information des Kapitalanlegers erfolgen. Sie sind inzwischen Standard für börsennotierte Unternehmen. Unser Jahresabschluss für 2005 konnte erstmals bereits 90 Tage nach Jahresende als so genannter „Fast Close“ veröffentlicht werden, um die Anleger so zeitnah wie möglich über den Geschäftsverlauf zu informieren. Auch hier haben wir uns am Standard großer börsennotierter Unternehmen orientiert.

Insgesamt fiel 2005 das ausgewiesene Ergebnis vor Steuern im Konzern mit 250,7 Millionen Euro merklich höher aus als im Vorjahr, in dem 180,8 Millionen Euro ausgewiesen wurden. Deshalb, aber auch durch steuerlich bedingte Sondereffekte, zum Beispiel im Zusammenhang mit dem Erwerb der Karlsruher Gruppe, stieg der Steueraufwand von 101,6 auf 152,4 Millionen Euro. Nach Abzug der Steuern ergab sich somit ein Jahresüberschuss in Höhe von 98,3 Millionen Euro, nach 79,2 Millionen Euro im Jahr 2004.

Betrachtet man die einzelnen Positionen der Gewinn- und Verlustrechnung, so stieg das Finanzergebnis nach Risikovorsorge um rund 58 Millionen Euro auf 1,3 Milliarden Euro an – nicht zuletzt aufgrund geringerer Aufwendungen für die Risikovorsorge. Dagegen hat sich das Immobilienergebnis aufgrund der Auswirkungen der Marktwertanpassungen nach IFRS von 39 Millionen Euro auf minus 1,5 Millionen Euro reduziert. Für das Provisionsergebnis ergaben sich minus 308,7 Millionen Euro nach minus 404,4 Millionen Euro im Vorjahr. Diese Veränderung resultiert vor allem aus gesunkenen Provisionsaufwendungen wegen des in 2005 erwartungsgemäß zurückgegangenen Lebensversicherungsgeschäfts. Die darüber hinaus erzielten Verbesserungen in einzelnen Positionen der GuV, wie z.B. bei den verdienten Beiträgen oder den Ergebnissen aus der fondsgebundenen Lebensversicherung, führten zu einer entsprechenden Erhöhung der versicherungstechnischen Rückstellungen und wirkten sich deshalb nicht bis zum Endergebnis aus.

Die Verwaltungsaufwendungen gingen um mehr als 40 Millionen Euro auf 951,1 Millionen Euro zurück – das ist ein Schritt in die richtige Richtung.

Meine Damen und Herren,

werfen wir nun einen Blick auf die Ertragsentwicklung in unseren Kerngeschäftsfeldern; auch nach IFRS ermittelt:

Im **Segment Bausparen** reichte das eingelöste Neugeschäft mit 8,1 Milliarden Euro nicht an den Vorjahreswert von 9,5 Milliarden heran. Dieser Rückgang von 15 Prozent liegt erheblich über dem der Branche, die lediglich ein Minus von zwei Prozent verzeichnete. Der Bestand an Bauspareinlagen betrug 15,4 Milliarden Euro nach 14,9 Milliarden im Vorjahr. Als Segmentergebnis wurden nach Steuern 51,9 Millionen Euro ausgewiesen, nach 29,2 Millionen Euro im Vorjahr.

Betrachtet man die Wüstenrot Bausparkasse AG – deren Ergebnis nach HGB ermittelt wurde – isoliert, so ist das Ergebnis nach Steuern im Jahr 2005 auf 40,6 Millionen Euro gesunken. Im Vorjahr lag der Wert bei 47,9 Millionen Euro. Die Vergleichbarkeit mit den Segmentzahlen ist aufgrund von Bewertungsunterschieden zwischen HGB und IFRS leider eingeschränkt.

Die aufgrund der verbesserten Vergleichbarkeit mit den Branchenwerten nach HGB berechnete Cost-Income-Ratio der Bausparkasse lag mit 73,4 Prozent deutlich über dem Durchschnitt der Branche. Dies und auch der Rückstand zu den vergleichbaren besten Bausparkassen zeigen den Nachholbedarf.

Im **Segment Baufinanzierung** blieben die Kreditannahmen im Neugeschäft mit 2,3 Milliarden Euro auf Vorjahresniveau. Die Auszahlungen zur Wohnungsfinanzierung der Wüstenrot Bank AG Pfandbriefbank haben sich um 14 Prozent auf 1,8 Milliarden Euro reduziert. Damit agierte sie schlechter als die Branche. Im Jahr 2005 ist es in unserem Segment Baufinanzierung zwar zu einem Ergebnisausweis von minus 10,9 Millionen Euro auf plus 6,5 Millionen Euro nach Steuern gekommen – dies ist jedoch vor allem darauf zurückzuführen, dass die Risikovorsorge geringer ausfiel.

Die Wüstenrot Bank AG Pfandbriefbank, die im Jahr 2005 aus der Fusion von Wüstenrot Bank und Wüstenrot Hypothekenbank entstanden ist, schreibt zur Zeit negative Ergebnisse, sie arbeitet ineffizient, mit einer Cost-Income-Ratio nach HGB im Jahr 2005 von 71,9 Prozent. Die Bank wird einem Analyse- und Restrukturierungsprozess unterzogen: Für eine Zukunft in unserer Gruppe muss sie ihr Renditeziel erfüllen und sicherstellen, dass unser Geschäftsfeld Baufinanzierung profitabel ist.

Eine positivere Entwicklung hatte das kleinste Geschäftsfeld, das **Segment Investmentprodukte**, im W&W-Konzern zu verzeichnen: Das Gesamtvolumen der von den W&W-Vertrieben vermittelten Fonds erhöhte sich um mehr als 40 Prozent auf 309 Millionen Euro. Das verwaltete Fondsvermögen betrug 10,5 Milliarden Euro, nach 9,1 Milliarden im Jahr zuvor. Betrachtet man das betreute Publikums-Fondsvermögen, blieb der Steigerungssatz mit 16,2 Prozent allerdings leicht hinter dem der Branche mit 18,6 Prozent zurück.

Das Nachsteuer-Ergebnis in diesem Segment betrug 8,5 Millionen Euro, nach vier Millionen Euro im Jahr zuvor. Grund für diesen Anstieg war ein verbessertes Provisionsergebnis bei konstanten Verwaltungsaufwendungen.

Im Segment **Personenversicherung** erreichte das Neugeschäft, gemessen an den Neubeträgen, insgesamt 370 Millionen Euro. Hierunter verstehen wir den Jahresbeitrag des Neuzugangs einschließlich der Einmalbeträge. Die WürttLeben hatte hierbei ein minus von 22,9 Prozent zu verzeichnen, lag damit aber im Branchentrend von Minus 23,1 Prozent. Da wir jedoch im Jahr 2004 eine Steigerung von 23,9 Prozent erzielen konnten, die Branche nur von 14 Prozent, ist auch die Ausgangsbasis für uns in 2005 eine höhere.

Der im Jahr 2005 erfolgte Zukauf der Karlsruher Versicherungsgruppe wird sich erst im Laufe des Jahres 2006 in den einzelnen Positionen der Gewinn- und Verlustrechnung und in den Geschäftszahlen des Segments bemerkbar machen. Mit einer Ausnahme: Die durch den Erwerb der Karlsruher fällige Grunderwerbsteuer führte bereits 2005 zu einer Zunahme des Steueraufwands von 15,6 auf 32,3 Millionen Euro und in der Folge zu einer Reduzierung des Segmentergebnisses bei der Personenversicherung von 17,6 auf 13,2 Millionen Euro, das ansonsten spürbar gestiegen wäre.

Das **Geschäftsfeld Kompositversicherung**, besteht seit dem Verkauf der Wüba, Heilbronn zum Jahresende 2004 überwiegend aus der Württembergische Versicherung. Hier verzeichneten wir 2005 einen Rückgang im Beitragsaufkommen von 11,0 Prozent auf nunmehr 1,5 Milliarden Euro; wohlgermerkt ohne die Wüba. Die WürttVers konnte ihre Beiträge mit 1,37 Milliarden Euro gegenüber dem Vorjahr weitgehend konstant halten und verzeichnete ein Minus von 0,3 Prozent. Sie befand sich damit noch im Markttrend, der bei minus 0,2 Prozent bei den Beiträgen lag.

Der Schadenaufwand stieg sowohl im inländischen als auch im ausländischen Geschäft an, dort aufgrund der Belastungen durch die Hurrikans. Dies führte dazu, dass die Combined Ratio der Württembergischen Versicherung auf knapp 101 Prozent anstieg. Im

Inlandsgeschäft lag die Combined Ratio bei 95,2 Prozent, der Markt wird mit ungefähr 92 bis 93 Prozent voraussichtlich besser abschneiden. Diese Entwicklungen sowie ein höherer Steueraufwand führten insgesamt zu einem Rückgang des Segmentergebnisses auf 45,6 Millionen Euro nach 68,9 Millionen Euro im Vorjahr.

Was den Einzelabschluss der Muttergesellschaft – also der W&W AG selbst – angeht, so wird dieser weiterhin nach HGB und nicht nach IFRS erstellt, da sich die Dividendenaus-schüttung nach dem HGB-Jahresüberschuss der W&W AG richtet. Der Überschuss der AG hat sich im vergangenen Jahr unter Einbeziehung von Sondereffekten von 33,7 auf 93,5 Millionen Euro erhöht.

Um welche Sondereffekte handelt es sich dabei? Zum einen wurde aufgrund der im Jahr 2005 abgeschlossenen Ergebnisabführungsverträge zwischen der W&W und der Württembergischen Versicherung sowie der Wüstenrot Bank Pfandbriefbank sowohl die Dividende für 2004 als auch das Ergebnis des Jahres 2005 vereinnahmt. Die Ergebnisse 2005 machten bei der Württembergische Versicherung AG 21,8 Millionen Euro und bei der Wüstenrot Bank AG Pfandbriefbank 3,2 Millionen Euro nach Steuern aus, so dass bei der W&W AG hieraus ein positiver Sondereffekt von 25 Millionen Euro zustande kam.

Zum anderen war das Ergebnis des Jahres 2004 bei der W&W – wie Sie sich noch erinnern – durch die Bildung einer Rückstellung für das Spruchverfahren im Zusammenhang mit der Überprüfung der Angemessenheit des Umtauschverhältnisses zum Zeitpunkt der 1999 erfolgten Fusion von Württembergische AG Versicherungs-Beteiligungsgesellschaft und Wüstenrot Beteiligungs-AG zur W&W AG belastet. Inzwischen wurden zu dem für uns positiven Beschluss des Oberlandesgerichts Stuttgart zwei Verfassungsbeschwerden eingereicht. Über deren Zulassung und Aussicht auf Erfolg haben wir bis dato keine Informationen. Insofern bleiben die um die anteiligen Zinsen für das Jahr 2005 in Höhe von 1,8 Mio. Euro erhöhten Rückstellungen von nunmehr insgesamt 48,7 Millionen Euro bestehen.

Meine Damen und Herren,

auf der letzten Hauptversammlung wurde entschieden, den gesamten Gewinn des Jahres 2004 an die Aktionäre auszuschütten. Wir haben damals nichts thesauriert. Dies möchten wir dieses Jahr nicht wieder tun. Wir schlagen Ihnen vor, von dem Jahresüberschuss einen Betrag von 50 Millionen Euro in die Rücklagen einzustellen. Angesichts der Entwicklung der Gruppe brauchen wir diese Stärkung. Gleichzeitig soll die Dividende für das Geschäftsjahr 2005 von 40 auf 50 Cent erhöht werden. Daraus ergibt sich – gemessen am Jahresüberschuss – eine Ausschüttungsquote von 46 Prozent.

Lassen Sie mich jetzt noch ein paar Worte sagen zur Entwicklung des Konzerns im ersten Quartal 2006. Per Ende März haben wir einen Quartalsgewinn von 45,9 Millionen Euro ausgewiesen, nach 44,9 Millionen Euro im Vorjahresquartal; für das Gesamtjahr 2006 gehen wir bisher – saldiert – in etwa von einer Fortschreibung der Ertragsentwicklung auf diesem niedrigen Niveau aus, vor eventuell erforderlichen Bewertungskorrekturen und Restrukturierungsaufwendungen.

Der Abschluss des ersten Quartals wurde zusätzlich geprägt von der Karlsruher Versicherungsgruppe. Deren Einbeziehung wirkte sich insbesondere bei den Personenversicherern der Gruppe aus, deren Neubeiträge sich mit 165,5 Millionen Euro fast verdreifachten; 41,3 Millionen Euro davon hat die Karlsruher beigetragen. Die Integration der Karlsruher stellt eine Hauptaufgabe dar, die in der nächsten Zeit bei den Personenversicherern zu schultern ist.

Durch den Erwerb der Karlsruher Versicherungsgruppe im vergangenen Jahr haben die Württembergischen Versicherungen ihre Marktposition im Lebensversicherungsgeschäft nach Beitragseinnahmen von Platz 16 auf Platz 8 im deutschen Markt deutlich verbessert.

Karlsruher und Württembergische ergänzen sich im Vertriebswegemix und in den geografischen Schwerpunkten. Der Außendienst ist verstärkt worden. Die erweiterten Vertriebskanäle für die Makler- und Bankenschiene ermöglichen zusätzliche Marktbearbeitung.

Wir erwarten aus dem Zusammengehen mit der Karlsruher aber auch einen deutlichen Effizienzgewinn. So gibt es erhebliche Einsparmöglichkeiten im Bereich der Verwaltung und der Datenverarbeitung etwa durch die Integration des Rechenzentrums der Karlsruher in die W&W Informatik GmbH.

Wie sieht der weitere Zeitplan in Sachen Karlsruher aus? Nach deren Hauptversammlung am 20. Juni, bei der die Württembergische Lebensversicherung den 2 Prozent außenstehenden Aktionären im Rahmen eines Squeeze out ein Abfindungsangebot unterbreiten wird, werden wir zügig die neuen Strukturen umsetzen:

- Die Württembergische Versicherung übernimmt die Sachversicherungstöchter der Karlsruher.
- Anfang 2007 soll die Verschmelzung der Württembergischen Leben mit der Karlsruher Lebensversicherung vollzogen werden.

Meine Damen und Herren,

lassen Sie mich nun Ihre Aufmerksamkeit wieder auf die gesamte W&W-Gruppe lenken.

Unser Konzern hat es in 2005 auf eine Eigenkapitalrendite nach Steuern von nur 4,2 Prozent gebracht.

Damit komme ich zum Einstieg in meinen Vorstandsbericht zurück: In unserer Gruppe muss, soll und kann die Ertragskraft wesentlich und damit auf ein adäquates Niveau gesteigert werden.

Warum aber braucht die W&W-Gruppe eine angemessene Rentabilität auf das eingesetzte Eigenkapital? Und was bedeutet in diesem Zusammenhang „angemessen“?

1. Sowohl in ihren Kernmärkten als auch am Kapitalmarkt stehen wir schlagkräftigen und sehr profitablen Wettbewerbern gegenüber. Finanzdienstleister wie etwa die Allianz, Generali oder die Postbank mitsamt dem BHW verpflichten sich bei der Verzinsung des eingesetzten Kapitals auf deutlich höhere Werte, von 12 bis zu 20 Prozent. Sie unternehmen massive Schritte, um ihre Rendite-, aber auch ihre Marktziele zu erreichen.
2. Im Wettbewerb um die Kunden liegen diejenigen Unternehmen vorne, die über schlagkräftige Vertriebswege, über attraktive Produkte und deren Abarbeitung in schlanken Strukturen und fließenden Prozessen verfügen. Das ist allerdings mit gezielten Investitionen verbunden. Um in diesem Wettbewerb nicht nur mithalten, sondern auch punkten zu können, benötigen wir eine ausreichende Finanzkraft, die nur über die Erwirtschaftung einer angemessenen Rentabilität zu erreichen ist. Dies gilt sowohl für die Innenfinanzierung als auch für den Fall, dass wir den Kapitalmarkt zu günstigen Konditionen in Anspruch nehmen wollten.
3. Nicht zuletzt ist eine angemessene Profitabilität deshalb erforderlich, weil wir nur mit gut verdienenden Unternehmen auf Dauer sichere und attraktive Beschäftigung anbieten und interessante Karriere- und Verdienstmöglichkeiten schaffen können. Gleiches gilt natürlich auch für die Dividendenfähigkeit.

Vor dem Hintergrund dieser Ausführungen lässt sich festhalten, dass unsere momentane Wertschöpfung für die Sicherung unserer Zukunftsfähigkeit und unserer Unabhängigkeit nicht ausreichend ist. Eine deutliche Steigerung von Marktperformance und Eigenkapitalrendite muss daher Priorität erhalten. Als erstes Ziel streben wir daher bis 2009 eine Ver-

dopplung der in 2005 erreichten Nachsteuerrendite an. Danach setzen wir uns eine Rentabilität von mindestens 10 Prozent zum Ziel. Dieser Anspruch entspricht nicht mehr und nicht weniger als dem Ertrags- und Risikoprofil unseres Geschäfts. Der Anspruch ist nicht überzogen und zeigt deshalb, welche Bedeutung bei uns der Teil der Wertschöpfung behält, der unseren Kunden gilt. Auch die Wertschöpfung für unsere Kunden werden wir über Beratung, Produktnutzung und Service weiter steigern.

Verehrten Damen, meine Herren,

wie werden wir den Ergebnisschub, der für die Erreichung des genannten Renditeziels notwendig ist, von 2005 ausgehend, realisieren?

1. Wir versprechen uns Wachstumseffekte, was die Nachfrage nach unseren Produkten angeht. Denn die Wohnungsbaufinanzierung bleibt nicht nur für Neubau und Erwerb, sondern zunehmend für Modernisierung und Umbau kundenbindend und wirtschaftlich interessant, wenn wir hierfür richtig aufgestellt sind, in einem massiven Verdrängungswettbewerb der Anbieter. Letzteres gilt auch für unsere Versicherungsangebote. In beiden Segmenten, wie auch in der privaten finanziellen- und der betrieblichen Alters-Vorsorge wirkt sich der demographische und gesellschaftliche Wandel in Deutschland aus – hier werden wir das zusätzliche Geschäftspotential kreativ und im Interesse unserer Kunden nutzen. Zusammengefasst gilt jedoch, dass wir durch entsprechend gesteigertes Wachstum so kurzfristig nur mit einem geringeren Teil einen Beitrag zur Schließung der Ergebnislücke bis 2009 erreichen können.
2. Stärker wirken wird die verbesserte Ertragskraft aus unseren Produkten und dem Finanzmanagement, indem wir die Risikokosten senken, unsere Tarif- und Sortimentspolitik straffen und optimieren, aber auch unsere Aktiv-Passiv-Steuerung weiter professionalisieren.
3. Der entscheidende Hebel wird die Steigerung unserer Effizienz sein, die im übrigen zu größerer Geschwindigkeit führt und dadurch im Interesse der Kunden ist. Zur produktivitätsorientierten Verschlinkung und Standardisierung von Prozessen und IT sowie einem äußerst disziplinierten Kostenmanagement kommt mehr Konsequenz bei der Realisierung aller Synergien in der Gruppe und die Nutzung von Skaleneffekten. Für die intern erbrachten Leistungen müssen Marktpreise gelten, Outsourcing ist nicht ausgeschlossen. Nach Erledigung unserer eigenen Hausarbeiten sind auch Kooperationen denkbar.

Das heißt: Auch wenn wir verstärktes Gewicht auf Wachstum und Vertrieb legen, müssen wir davon ausgehen, dass der wesentliche Anteil der Rentabilitätsverbesserungen unserer Unternehmen in den nächsten Jahren aus Effizienzsteigerungen und Anpassung der Kostenstrukturen geleistet werden muss. Gleichzeitig erwarten wir einen signifikanten Beitrag aus der geplanten Modernisierung des Instrumentariums der Unternehmenssteuerung, insbesondere aus der Fokussierung und Ausgestaltung unserer Produkte im Portfolio und aus dem Management der Risiken.

Zum Effizienz- und Kostenmanagement zählt auch folgendes: Wir werden genau darauf schauen, an welcher Stelle wir noch vorhandene Doppelarbeiten in der Gruppe abstellen und die operativen Gesellschaften mit zentralen Dienstleistungsfunktionen besser unterstützen können.

Künftig soll es konsequent jeweils nur ein Kompetenzzentrum in der W&W-Gruppe geben, das sich um konzernweit anfallende gleichartige Aufgaben kümmert. Wir werden also beispielsweise den Einkauf, die Logistik, die Personalentwicklung, das Organisationsmanagement und die Optimierung unserer Immobiliennutzung an einer Stelle bündeln.

Die Kunden werden davon profitieren, weil die operativen Gesellschaften dadurch ihre ganze Kompetenz und Leistungsfähigkeit auf den Markt und das Geschäft konzentrieren können. Die Eigenverantwortung unserer Unternehmen für ihren Erfolg wird gestärkt; auch der eigenständige Markenauftritt der einzelnen Gesellschaften – zumal mit solchen bekannten Namen wie Wüstenrot und Württembergische – bleibt erhalten.

Der von uns anzugehende Abbau von Komplexität betrifft die Corporate Governance und neben den Abläufen und dem Produktspektrum auch das Portfolio unserer Gesellschaften.

Die Unternehmen der W&W-Gruppe halten Anteile und Beteiligungen an insgesamt über 140 Gesellschaften. Etwa 20 dieser Gesellschaften erachten wir als strategisch für unsere fünf Kerngeschäftsfelder. Durch die geplanten Fusionen im Zuge der Integration der Karlsruher Versicherungsgruppe in die Württembergische Versicherungsgruppe wird sich dieses Portfolio der strategischen Anteile um vier Gesellschaften reduzieren.

Mit etwa 100 Gesellschaften ist der weit überwiegende Teil des Beteiligungsportfolios im Konzern der Kapitalanlage der Versicherungen zuzuordnen, darunter mehr als 20 konsolidierte Zweckgesellschaften.

Alle Beteiligungen im Portfolio werden hinsichtlich Rendite- und / oder Strategiekonformität hinterfragt. Bis Ende 2008 wollen wir uns von – nicht strategiekonformen – Beteiligungen trennen: Exitstrategien in Form von Verwertungs-, Verkaufs- oder Abwicklungsplänen sind definiert, entsprechende Maßnahmen eingeleitet. Darin nicht mehr enthalten ist der Ihnen bekannte, kürzlich erfolgte Verkauf der WMF-Anteile der WürttLeben.

Auch prüfen wir eine mögliche Konsolidierung der Immobilienbeteiligungen im Konzern. Wir sind sehr zuversichtlich, diese Prüfungen und Überlegungen im Laufe dieses Jahres abschließen zu können. Für die mittel- und osteuropäischen Engagements wollen wir ebenfalls im Laufe des Jahres – in Abstimmung mit unseren österreichischen Partnern von Wüstenrot Salzburg – die strategische Einordnung aktualisieren.

Ein Handlungsfeld ist die Schaffung effektiverer Führungs- und Entscheidungsstrukturen in der Unternehmensgruppe, mit schlanken, integrierten Berichtswegen. Die Führung der großen operativen Tochtergesellschaften wird aufgewertet durch institutionalisierte, gemeinsame Vorstandssitzungen mit dem W&W-Vorstand. Wir wollen in der Gruppe transparenter, einfacher und direkter miteinander arbeiten. Die Qualität und Effizienz des Steuerungs- und Risikomanagements soll erhöht werden, auf Basis der Anforderungen der Finanzkonglomeraterichtlinie. Die Kapitalallokation in der Gruppe wollen wir auch mit Blick auf Basel II und Solvency II optimieren.

Meine Damen und Herren,

uns ist bewusst: Uneingeschränkte Leistungsorientierung ist in der Unternehmensgruppe die Maxime für jeden.

Das Einstehen für verbindlich vereinbarte Ziele und Verantwortlichkeiten ist ein Motor unseres Handelns. Die erfolgsabhängige Vergütung wird sich hieran konsequent orientieren. Dies geht einher mit verständlicher, offener Kommunikation, mit Verlässlichkeit und Glaubwürdigkeit.

Dazu gehören Kompetenz, Qualität und Engagement jedes Einzelnen, beginnend bei den Vorständen und Führungskräften bis hin zur persönlichen Leidenschaft, sein Bestes für das Unternehmen zu geben. So ist unsere Unternehmenskultur spürbar für die Kunden, für unsere Eigentümer, in der Öffentlichkeit, im Umgang unter uns für das Erreichen unserer unternehmerischen Ambitionen.

Die Bereitschaft zu handeln ist da. In der ganzen Gruppe, bei den Führungskräften, in der Belegschaft und im Außendienst gibt es großes Interesse an den Weichenstellungen

für die Zukunft: Die Notwendigkeit dazu ist anerkannt, man ist dankbar für Orientierung. Viele bringen sich ein mit Ideen und Verbesserungsvorschlägen. Veränderungsbereitschaft ist wichtig. Das Management ist als Vorbild gefordert und es muss für die Umsetzung von Veränderungen Hilfestellungen liefern.

Meine Damen und Herren,

was haben wir bereits aufgesetzt?

Am 10. Mai haben wir quer durch die operativen Unternehmen der W&W-Gruppe das vertriebsorientierte Querschnittsprojekt "SPRING" auf den Weg gebracht. SPRING steht für Frühling, also für neues Wachstum und aufblühende Energie. SPRING ist aber auch im Deutschen als Aufforderung an uns selbst zu verstehen.

Dies lässt sich an dem optischen Symbol für das Projekt ablesen, das Sie auf dem gerade eingeblendeten Chart sehen. Es zeigt einen Kollegen, der sich elegant und leicht, aber ebenso entschlossen und unmissverständlich nach oben abstößt. Es ist unser Projektmaskottchen und trägt den Namen „Springerle“. Springerle wird uns während der Projektarbeit und auch darüber hinaus begleiten.

Wenn man die Anfangsbuchstaben herunterdekliniert, kann SPRING auch wie folgt übersetzt werden:

- S = Stärke
- P = Produktivität
- R = Reform
- I = Innovation oder Investition
- N = Neues wagen und
- G = Gemeinsam Gewinnen

Zusätzlich arbeiten die Einzelunternehmen jeweils in ihrer Verantwortung und ein Konzernprojekt konzentriert an dem wichtigen Nachholebedarf für mehr Effizienz und Rentabilität.

Konkret und zusammenfassend haben wir folgendes 7-Punkte-Programm definiert:

1. Setzen von neuen, verbindlichen Maßstäben für den Unternehmenserfolg im Dreiklang von Wachstum, Effizienz und Rentabilität.
2. Konsequente Umsetzung der strategischen Grundausrichtung in allen strategischen Geschäftsfeldern. Dies bedeutet auch die Trennung von nicht-strategischen Geschäften und Beteiligungen und die Entscheidung über strategische Investitionen.
3. Stringente Übersetzung der Grundausrichtung in Teilstrategien für Vertrieb, Produkt-, Serviceangebot und Processing mit dem Anspruch, das Kundenpotenzial viel stärker auszuschöpfen, neue Standards im Markt zu setzen und Differenzierung ohne Komplexität zu erreichen.
4. Verbesserung des Instrumentariums zur Unternehmenssteuerung als Voraussetzung für eine Optimierung des Kapitaleinsatzes und ein effektiveres Risikomanagement.
5. Klare Führungs- und Entscheidungsstrukturen und Corporate Governance, um als Beitrag zum Ganzen mehr unternehmerische Eigenverantwortung, mehr Veränderung, mehr Geschwindigkeit und mehr Verbindlichkeit und Umsetzungskonsequenz an allen Stellen des Unternehmens zu ermöglichen.
6. Sicherung von Optionen, um an der Konsolidierung unserer Wettbewerbslandschaft in Deutschland aktiv mitzuwirken.
7. Stärkung der Leistungs- und Wettbewerbsorientierung in der Unternehmenskultur und Setzen neuer Impulse und Anreize über messbare Zielwerte.

Meine Damen und Herren,

Sie alle haben sich wahrscheinlich über die jüngere Entwicklung des Aktienkurses gefreut. Diese zeigt, dass auch Anleger mehr vom Unternehmen erwarten als bisher. Mit den genannten sieben Punkten werden wir die von uns selbst gesteckten Ziele erfüllen.

Kommen wir zum Schluss:

- Wo stehen wir heute?
- Wo wollen wir hin?
- Wie können wir das erreichen?

Der Vorstand hat in dieser Rede die Antworten auf diese Fragen skizziert.

Sie wissen nun, auf welchen Weg wir uns in den nächsten Jahren begeben wollen. Das Ziel ist, dass die W&W-Gruppe ihre

- Handlungsfähigkeit ausbaut,
- den Grundauftrag erfolgreich erfüllt,
- ihre Unabhängigkeit wahrt.

Unsere Mehrheitseigentümerin, die Wüstenrot Holding AG, die rund 70 Prozent der Aktien besitzt, stärkt uns auf dem beschriebenen Weg der besseren Erfüllung unseres Grundauftrages uneingeschränkt den Rücken – ohne eigene unternehmerische Einflussnahme. Nicht zuletzt auch die Landesbank Baden-Württemberg, die zu den größeren W&W-Anteilseignern gehört, steht hinter uns.

Dafür empfinden wir alle in der W&W-Gruppe aufrichtigen Dank, wie wir insgesamt froh sind, einen solchen einzigartigen Eigentümerhintergrund zu haben, der privatwirtschaftliches unternehmerisches Handeln mit öffentlichem Verantwortungsbewusstsein und Elementen eines Verbundverständnisses verbindet. Kontinuität, Verlässlichkeit und ein hoher Identifikationsgrad mit dem Unternehmen werden so gefördert, bis hin zu mittelständisch geprägtem Selbstverständnis. Es wird eingetreten für Eigenverantwortung, für Kooperation, für Subsidiarität, für dezentrales Unternehmertum mit den Kunden im Mittelpunkt und für den Leistungswillen eines am Kapitalmarkt agierenden Unternehmens.

Die Wüstenrot Holding garantiert uns vor allem die Unabhängigkeit, von der unsere Kunden in starkem Maße profitieren.

Unser Potenzial ist da. Die W&W-Gruppe verfügt über ein gutes Angebot, ein starkes Vertriebsnetz mit 6.500 Außendienstpartnern, einen Stamm von mehreren Millionen Kunden. Mehr noch: Die W&W verbindet seit der Zusammenführung von Württembergischer und Wüstenrot ein Angebot für Vermögen, Vorsorge und Versiche-

rung für Privatkunden und Mittelstand in Deutschland auf eine Weise, die einmalig ist. Bausparen und Bank sowie Versicherungsgeschäft sind in der Unternehmensgruppe zwei gleich starke Säulen.

Ich möchte Sie, meine Damen und Herren, bitten, den eingeschlagenen Reformkurs mit uns zu gehen und uns als Aktionäre bei den anstehenden Veränderungen zu begleiten.

Wir setzen auf Ihr Vertrauen.

Haben Sie vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.