



**Hauptversammlung der
Württembergische Lebensversicherung AG
am 28. Mai 2008 in Stuttgart**

Rede von Dr. Wolfgang Oehler

Vorsitzender des Vorstands

Sperrfrist: 28.05.2008 10.00 Uhr

(Es gilt das gesprochene Wort.)

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

willkommen zur Hauptversammlung der Württembergische Lebensversicherung AG. Frau Martin, meine Kollegen und ich freuen uns sehr, dass Sie unserer Einladung zur Württembergischen an den Feuersee in Stuttgart gefolgt sind.

Die Umbauarbeiten unseres Sozialgebäudes, die uns im letzten Jahr in die Liederhalle ausweichen ließen, sind abgeschlossen und so kann die Hauptversammlung wieder in gewohnter Umgebung stattfinden. Ich hoffe sehr, dass Sie sich in den neu hergerichteten Räumen wohl fühlen.

Nicht nur unser Casino erleben Sie im neuen Gewand. Auch unsere Marke hat ein neues Kleid: Die Württembergische, der Fels in der Brandung, zeigt sich als Partner von Wüstenrot und damit deutlicher als bisher als Bestandteil der Wüstenrot und Württembergische-Gruppe. Ich werde später näher auf das Thema Markenverbund eingehen.

Das Gespräch und der Austausch mit Ihnen, verehrte Aktionäre, sind uns wichtig. Mein herzliches Willkommen gilt auch den Aktionärsvertretern und unseren Gästen.

Sehr geehrte Damen und Herren, wie Sie sehen, haben wir neue Kollegen auf der Bühne. Seit knapp einem Jahr steuert Dr. Wolfram Gerdes unsere Kapitalanlagen. Bis 31.12.2007 als Generalbevollmächtigter, seither als ordentliches Vorstandsmitglied. Seine Handschrift erkennen Sie schon im Abschluss 2007.

Ganz aktuell darf Ihnen auch unseren neuen Vertriebsvorstand, Herrn Dr. Ralf Kantak, vorstellen. Er verstärkt seit 1. April dieses Jahres unser Team. Gemeinsam haben wir uns viel vorgenommen.

Meine Damen und Herren,

Zur ‚Konzentration im Versicherungsmarkt‘, also zu Fusionen und Übernahmen, lesen Sie in letzter Zeit vermehrt in der Presse. Es gibt auch Geschichten in der Wirtschaft von schwierigen, ja sogar von gescheiterten Fusionen. Nachdem mit der Verschmelzung der Karlsruher Versicherungen auf die Württembergischen Versicherungen das Zusammengehen beider Unternehmen nun auch offiziell vollzogen ist, möchte ich Ihnen heute im Rückblick unsere Fusionsgeschichte vortragen.

Das Leitbild unseres Zukunftsprogramms lautet „Fokus auf Effizienz und Wachstum“. Durch den Erwerb der Karlsruher haben wir nicht nur unseren Marktanteil kräftig ausgebaut. Wir haben auch Synergien in großem Umfang gehoben.

Wir haben den auf der letzten Hauptversammlung angekündigten kräftigen Rückenwind in Ergebnisse umgesetzt, die sich sehen lassen können. Mittlerweile greift bei allen unseren Effizienzvorhaben ein Rad ins andere – wir haben Schwung aufgenommen.

Die Entwicklung im letzten Jahr war kein Strohfeuer. Wir generieren dank der konsequenten Umsetzung unserer Effizienzprojekte nachhaltig höhere Eigenkapitalrenditen, also Einkünfte für Sie, unsere Aktionäre. 13,6 % nach Steuern im Einzelabschluss und 14,1 % im Teilkonzern WürtttLeben nach IFRS. Damit haben wir die im Rahmen des Zukunftsprogramms „W&W 2009“ vorgesehene Verbesserung der WürtttLeben-Eigenkapitalrendite von 6,6 % im Jahr 2005 auf gut 12 % bis 2009 bereits heute übertroffen.

Erinnern möchte ich an dieser Stelle nochmals an die Prüfung der DPR (Deutsche Prüfstelle für Rechnungswesen) unseres ersten IFRS-Abschlusses 2005 und dort speziell an die monierte Erstkonsolidierung der Karlsruher Versicherungen. Auf der letzten Hauptversammlung habe ich Sie hierüber informiert.

Alle Anmerkungen aus der Prüfung waren zum Zeitpunkt der letzten Hauptversammlung wie berichtet bereits damals in den Geschäftsbericht 2006 eingearbeitet. Sie sind natürlich auch im diesjährigen Bericht berücksichtigt. Außerdem sind für 2007 alle seitherigen Neuerungen der IFRS-Standards, insbesondere bezüglich der Notes-Angaben nach IFRS 7, in den Abschluss eingeflossen.

Meine Damen und Herren,

13,6 % Eigenkapitalrendite: Was bedeutet das im Zusammenhang mit unserem Gesamtprogramm?

Wir gehen in unserem Programm Württ2009, das in W&W 2009 eingebettet ist, in wohlüberlegten Schritten vor: Zuerst Geld verdienen, dann in Wachstum investieren.

2006 und noch mehr 2007 waren für uns Jahre der Effizienz und Rentabilität!

1. Wir haben im Innendienst der Versicherer aus dem Zusammengehen erhebliche Synergien eingefahren.
2. Die beiden Ausschließlichkeitsvertriebe der Karlsruher und Württembergischen wurden zusammengelegt.
3. Wir haben die Grundlage für den weiteren Ausbau unserer Vertriebskraft geschaffen.

Folgerichtig brachte das Geschäftsjahr 2007 mit einem Jahresüberschuss von 20,1 Mio. Euro nach HGB das beste Ergebnis in der Geschichte der Württembergischen Leben, im Vorjahr kamen wir auf 15,2 Mio. Euro.

Was haben wir im Einzelnen erreicht?

Wir haben die Vertriebe der Karlsruher mit der Württembergischen zusammengelegt:

- Mehr als 1.000 Mitarbeiterverträge wurden umgestellt.
- Wir haben die Anzahl der Geschäftsstellen von 76 auf 58 reduziert.
- Wir haben alle Zentralabteilungen, also Rechnungswesen, Personal, Betriebsorganisation, Mathematik, usw. von Karlsruher und Württembergische zusammengeführt.
- Und Rainer Schlegel hat mit der Zusammenführung der IT einen erheblichen Nutzenbeitrag geleistet.
- Mehr als 500 Arbeitsplätze wurden von Karlsruhe nach Stuttgart verlegt.
- Frau Martin hat die 33 Produktlinien aus den ehemaligen vier Lebensversicherern auf zwölf verschlankt.

- Ebenso haben wir die Gesellschaftskomplexität deutlich reduziert! Wir haben durch verschiedene Verschmelzungen heute in der gesamten Württembergischen 17 Gesellschaften weniger.

Im Ergebnis sind wir schneller vorangekommen und weiter gesprungen als geplant!

Sie werden sich bestimmt erinnern:

- Beim Zusammengehen der Karlsruher und Württembergischen haben wir noch von rund 30 Mio. Euro jährlicher Ersparnis ab 2011 aus „Cherry“ gesprochen.
- Letztes Jahr konnte ich Ihnen die gute Nachricht vermelden, dass es gut 50 Mio. Euro bereits ab 2009 sein werden.
- Nun, mittlerweile rechnen wir in der Planung mit 55 Mio. Euro ab 2009 allein für „Cherry“. Diese Zahlen verstehen sich immer gemeinsam mit unserer Schwestergesellschaft, der WürtttVers.

Zusammen mit den anderen Projekten wie der Restrukturierung unserer Verwaltungsgeschäftsstellen, Frontoffice/Backoffice, der Effizienzsteigerung Direktion und dem Wachstumsprogramm SPRING generieren wir ab 2009 einen Mehrertrag von gut 98 Mio. Euro. Davon sind bei der WürtttLeben etwa 53 Mio. Euro sichtbar in der Gewinn- und Verlustrechnung.

Von diesen Synergien verwenden wir ca. 30 Mio. Euro, um die Kostendifferenzen zwischen Karlsruher und Württembergische Lebensversicherung auszugleichen, d.h. wir stellen damit gemeinsam in unserer neuen Aufstellung das günstigere Kostenniveau der WürtttLeben her.

Etwa die Hälfte der Kosteneinsparungen aus allen Effizienzprojekten der Württembergischen erreichen wir über den sozialverträglichen Personalabbau. Herr Dr. Gutjahr und sein Team haben gemeinsam mit den Betriebsräten bereits im ersten Halbjahr 2006 durch einen entsprechenden Tarifvertrag eine gute Grundlage geschaffen und mit der Harmonisierung der Sozialleistungen eine solide Kostenbasis hergestellt.

Zum 31.03.2008 haben wir seit Oktober 2005 schon mehr als 880 MAK ohne betriebsbedingte Kündigungen über Fluktuation abgebaut. Wir haben damit bereits unsere Planung von 870 MAK bis zum Jahr 2009 übertroffen.

Alles in allem bewirkten diese Maßnahmen, dass wir uns bei den Verwaltungskosten nun auf Marktniveau bewegen und damit die nötigen Grundlagen für weitere Investitionen in unsere Zukunft, in unser Wachstum gelegt haben.

Meine Damen und Herren,

damit bin ich beim zweiten Schwerpunkt des Programms Württembergische 2009 angelangt: „Wir wollen wachsen!“.

Ich hatte bereits erwähnt: Wir gehen bei der Württembergischen in wohlüberlegten Schritten vor: Zuerst Geld verdienen, dann in Wachstum investieren. Der Markt für Altersvorsorge hat Wachstumsmöglichkeiten.

Trotzdem ist das Lebensversicherungsgeschäft kein Selbstläufer. Neben den Versicherern bemühen sich auch andere Anbieter, wie die Fonds-Industrie und die Banken, um ein Stück von diesem Kuchen. Und unsere Vertreter bieten für unsere W&W-Asset und das Geschäftsfeld BausparBank auch entsprechende Produkte an.

2005 verzeichneten wir in der Beitragsentwicklung einen deutlichen Zugewinn an Marktanteilen durch einen Wachstumssprung mit dem Erwerb der Karlsruher. Vom Niveau in 2004 von 1,9 % Marktanteil haben wir uns 2005 deutlich verbessert. Aber es muss auch unser Ziel sein, aus eigener Kraft mit unseren Vertrieben weiter zu wachsen.

Um die Problematik zu veranschaulichen verwenden wir intern oft das Bild von der „Beitrags-Badewanne“. Sie hat einen Zufluss und auch einen Abfluss. Nicht nur der Zufluss bestimmt das Niveau. Ganz wichtig ist es auch, den Abfluss im Auge zu behalten. Wenn der Zufluss größer ist als der Abfluss, steigt der Wasserspiegel in der Badewanne. Ist aber der Abfluss größer als der Zufluss, so sinkt der Wasserspiegel.

In Zahlen sieht das so aus: Wir hatten bis einschließlich 2006 Zuwächse in den Beiträgen. 2007 mussten wir erstmals einen Rückgang in den Beitragseinnahmen von etwa 82 Mio. Euro (oder 3,4 %) verzeichnen.

Was ist die Ursache? Zwar wurde wieder ordentlich Neugeschäft produziert, aber Jahr für Jahr laufen mehr Beitragszahlungen alter Verträge aus. 2006 waren es fast 129 Mio. Euro und damit über 40 Mio. € mehr als noch 2005. Und die haben im Jahr 2007 gefehlt.

Der Rückgang der Beitragseinnahmen lag also weniger am Zufluss, dem Neugeschäft. Ganz wesentlich wurden die Beitragseinnahmen durch den Abfluss, d.h. die hohen Abläufe in den Beständen, geprägt.

Unser Neugeschäftsmarktanteil liegt seit dem Erwerb der Karlsruher im Oktober 2005 bei ca. 3 %. Aber er kann den gestiegenen Ablauf an reifen Beständen nicht ausgleichen. Das ist unsere Hauptbaustelle für die nächsten Jahre. Daher heißt das Motto schon für 2008: „www - wir wollen wachsen“.

Aber der Vertrieb ist kein Wasserhahn, den man nur aufzudrehen braucht und schon sprudelt es üppig. Wachstum braucht Vorbereitung und Koordination. Wir haben 2007 und Anfang 2008 dafür den Grundstein gelegt: Mit der Stärkung unseres Ausschließlichkeitsvertriebs durch Weiterentwicklung der Provisions- und Steuerungssysteme. Mit der Einführung der neuen gemeinsamen Marke in der W&W-Gruppe und der Entwicklung bedarfsorientierter Produkte für mehr Cross-Selling. Und mit dem Ausbau des Makler- und Bankenkanals.

Das waren die Eckpunkte. Was bedeutet dies im Einzelnen bezogen auf die WürttLeben?

Den wichtigen Vertriebsweg der Karlsruher mit den Bankpartnern konnten wir erfolgreich stabilisieren und ausbauen. Auch 2007 hatten wir in diesem Kanal wieder ein Neugeschäftswachstum (gemessen in der Beitragssumme) von über 10 %.

Die Gründung der neuen Gesellschaft „Württembergische Vertriebsservice GmbH für Makler und freie Vermittler“ dient dazu, mehr Neukunden zu gewinnen. Durch die Ausweitung bestehender und

die Gewinnung neuer Partnerschaften wollen wir zusätzliches Neugeschäft in diesem Vertriebskanal generieren. Rolf Schünemann, der Geschäftsführer für das Lebengeschäft, hat im Jahr 2007 damit begonnen, ein dezentrales Vertriebsnetz aufzubauen. Für das Lebengeschäft werden dort bis 2010 fünfzig Maklerbetreuer in fünf dezentralen Vertriebsdirektionen tätig sein. Der Start ins Jahr 2008 erfolgte mit einer Kampagne für das neu aufgelegte fondsgebundene Konzept „Vier gewinnt“®, von dem wir uns einen deutlichen Impuls für das Maklergeschäft erwarten.

Außerdem haben wir die Grundlagen gelegt für eine bessere Vertriebssteuerung unserer Ausschließlichkeitsorganisation. Daneben arbeitet Herr Dr. Kantak aktuell an einer in der W&W-Gruppe abgestimmten Vertriebs- und Marktbearbeitungsstrategie.

Auch die Provisionssysteme wurden erweitert. Eine potenzialorientierte Vergütung schafft zusätzliche Anreize, wenn es dem Vertreter gelingt, entsprechend seinem Bestandspotenzial seine Kunden mit den Produkten der W&W-Gruppe aus einer Hand zu versorgen. Zusatzanreize für Mehrproduktion im Jahr 2008 schaffen wir über einen Jubiläumsbonus – die ARA wäre dieses Jahr 175 Jahre alt geworden.

Grundlage für Wachstum ist auch Image. Weiterempfehlung lebt von Kundenzufriedenheit. Die Württembergische ist DER Serviceversicherer. Und dazu trägt ganz wesentlich unser Außendienst bei.

Wir tragen damit der Erkenntnis Rechnung, dass vor allem im beratungsintensiven Vorsorgemarkt das Gros des Neugeschäfts durch hochzufriedene Kunden zustande kommt. Es genügt eben nicht, immer für den Kunden „nur“ erreichbar zu sein. Es geht darum, die am Bedarf ausgerichtete, professionelle Beratung, eben unsere Beratungskompetenz in allen Vorsorgefragen, unter Beweis zu stellen.

Meine Damen und Herren,

wir haben im letzten Jahr an der MSR-Kundenzufriedenheitsumfrage teilgenommen. Sie bestätigte uns in vielen Segmenten die Serviceführerschaft. Und wir haben bei vielen unserer Kunden Hauptversichererstatus! Wir sind DER Serviceversicherer. Daran knüpfen wir an.

Ganz aktuell kann ich berichten, dass vorgestern die Württembergische Versicherung in der Studie „Deutschlands kundenorientierteste Dienstleister“ – durchgeführt von der Uni St. Gallen mit dem Handelsblatt – als kundenorientiertester Kompositversicherer ausgezeichnet wurde. Die Preisverleihung erfolgte Anfang dieser Woche in Hamburg.

Die hervorragenden Produktratings der Württembergischen tun ein übriges dazu: Zum Beispiel ist unsere Berufsunfähigkeitsversicherung auch für 2008 von Morgen & Morgen mit der Höchstqualität von 5 Sternen bewertet worden. Damit gehören wir wieder zur Spitzengruppe, die sich gegenüber dem Vorjahr sehr deutlich reduziert hat. Unsere Berufsunfähigkeitsversicherung ist außerdem vor kurzem abermals durch Franke & Bornberg mit dem höchsten Gütesiegel „Triple F“ ausgezeichnet worden. Auch hier dürfen aktuell nur noch 15 Anbieter mit dem begehrten Siegel werben.

In unseren Maßnahmen für mehr Wachstum ist unser Partner Wüstenrot ein wesentliches Element. Durch den Ende Februar gestarteten gemeinsamen Markenauftritt mit unserem Schwesterunter-

nehmen – der Bausparkasse Wüstenrot – wollen wir die Partnerschaft auch für den Kunden sichtbar und erlebbar machen. Nicht zuletzt dadurch erhoffen wir uns eine signifikante Steigerung des gegenseitigen Produktabsatzes.

Der neue Markenauftritt soll deutlich machen: Wüstenrot und Württembergische sind Partner. Gemeinsam sind wir DER Vorsorgespezialist!

Die Hauptvertriebswege beider Konzerngesellschaften bleiben dabei eigenständig, sie werden aber in Zukunft mehr gemeinsame und aufeinander abgestimmte Konzepte umsetzen. Mit einer gruppenweiten Produktentwicklungskommission haben wir schon erste Zeichen gesetzt. Mit der Umsetzung des neuen Zielbildes, wie wir unsere Vision nennen, beschäftigen sich in diesen Tagen unsere Mitarbeiter im Innendienst und unsere Vertriebe.

Die Württembergische als Partner von Wüstenrot bleibt im neuen gemeinsamen Erscheinungsbild für ihre Kunden der zuverlässige, serviceorientierte Partner – eben „der Fels in der Brandung“.

Meine Damen und Herren,

die Weichen für weiteren Erfolg in Wachstum, Effizienz und Rentabilität in den Jahren 2008 und 2009 sind gestellt. Aber es erfordert noch einiges, um den ehrgeizigen Plan einzuhalten. Die Jahre 2008 und 2009 sollen uns weiterbringen im nachhaltigen Wachstum durch Verstärkung unserer Vertriebskraft, durch Bündelung unserer Produkte und durch noch effizientere Prozesse.

Lassen Sie mich kurz auf die quantitative Entwicklung und unsere Planung bis 2009 eingehen. Der Gesamtneubeitrag soll von heute 538 Mio. Euro auf 627 Mio. Euro im Jahr 2009, also um nahezu 17 %, steigen. Dabei spielen unsere strategischen Vertriebswege Ausschließlichkeit, Banken und Makler die zentrale Rolle. Aber eben auch die Kunden unserer Außendienstkollegen der Wüstenrot tragen einen erheblichen Teil zu diesem Wachstum bei. Gemeinsam schaffen wir eben mehr.

Das war der Blick in die Zukunft. Jetzt noch kurz ein Blick auf 2007, auf das abgelaufene Geschäftsjahr. Unsere Ausschließlichkeitsorganisation sowie die Bankpartner akquirierten 2007 mehr Neugeschäft als im Vorjahr. Allerdings ging insgesamt der Neubeitrag aufgrund einmaliger Effekte im Firmenkundengeschäft um 7 % auf 538 Mio. Euro zurück. Der Marktanteil verringerte sich entsprechend um 0,2 pp. auf 2,9 %.

Erneutes Wachstum ist also angesagt. Wie sind wir ins neue Jahr gestartet? Wir haben Ihnen in der ersten Zwischenmitteilung 2008 die Zahlen für das erste Quartal berichtet. Per 30. April liegen wir im Neubeitrag noch um 15 % unter dem Vorjahr. Gemessen in der Beitragssumme ist das Neugeschäft aufgrund der Riesterstufe allerdings um 13 % im Plus. Insgesamt sind wir zuversichtlich, zum Jahresende in beiden Neugeschäftsgrößen positiv abschließen zu können.

Wie entwickelte sich der Abschlusskostensatz? Im Verlauf sind das Alljahrestief im Neugeschäftsrekordjahr 2004 und anschließend der Knick 2005 durch den Erwerb der KLV hervorzuheben. Im Jahr 2007 konnten auch hier Effizienzvorteile realisiert werden. Trotz gesunkener Beitragssumme und Wegfall der Riesterstufe (aus 2006) konnten wir den Abschlusskostensatz um 0,1 pp. auf 6,1 % senken.

Unser ausgezeichneter Service, die Nähe zum Kunden und nicht zuletzt auch unser Beratungsansatz – wir sind Partner und eben nicht „nur“ Verkäufer – spiegelt sich in einer konstant niedrigen Stornoquote wider. Wir bleiben hier mit nur 4,4 % dauerhaft und deutlich unter dem Marktniveau von 5,1 %. Ich wiederhole mich an dieser Stelle aber nochmals: all diese positiven Voraussetzungen wie

- die Stärke unserer Vertriebe mit Ihren langfristigen Kundenbeziehungen, jeder auf seine Art (Banken, AO, Makler, Wüstenrot),
- ausgezeichnete Produktratings und
- kontinuierlich verbesserte Kostenposition

wollen wir in den folgenden Jahren in Wachstum umsetzen.

Meine Damen und Herren,

der Erfolg eines Lebensversicherers ist neben dem Neugeschäft und den Kosten in hohem Maße durch die Kapitalanlagenperformance geprägt. Ich will auf die wesentlichen Ergebnisse eingehen.

Das Geschäftsjahr 2007 verlief für die WürtttLeben bei den Kapitalanlagen erfolgreich. Der Kapitalanlagebestand der WürtttLeben inklusive KLV wuchs im Geschäftsjahr 2007 um 1,3 % auf 25,1 Mrd. Euro an. Grundlegende strukturelle Änderungen ergaben sich im Anlageportefeuille nicht. Bei der Neuanlage dominierten die Namensschuldverschreibungen und Schulscheindarlehen.

Trotz der Unsicherheiten an den Finanzmärkten wurde ein stabiles Nettoergebnis von etwa 1,2 Mrd. Euro erzielt. Die WürtttLeben verfolgt traditionell eine risikobewusste und auf eine hohe Schuldnerqualität ausgerichtete Anlagepolitik. Die US-Subprime-Krise hatte deshalb nur geringe direkte Auswirkungen auf die Kapitalanlagen der WürtttLeben. In US-Subprime-Anleihen waren wir überhaupt nicht engagiert. Mittelbare Abschreibungen auf Anleihen von Instituten wie der IKB und Sachsen LB, die von der Subprime-Krise betroffen waren, sowie Abschreibung auf ABS-Papiere aufgrund der allgemeinen Neubewertung von Kreditrisiken im Geschäftsjahr 2007 lagen unter zwei Promille unseres Kapitalanlagenbestands.

Zwar gingen die wirtschaftlichen Gesamtreserven aufgrund der angestiegenen Zinsen bei den zu Nominalwerten bewerteten Namensschuldverschreibungen, Schulscheinforderungen und Darlehen zurück. Da diese Titel aber bis zur Endfälligkeit gehalten werden, lösen sich die negativen Reserven bis zur Tilgung auf. Gleichzeitig stärken die höheren Zinsen wiederum die laufenden Kapitalerträge der Neuanlagen.

Die Nettoverzinsung aus Kapitalanlagen lag mit 4,9 % praktisch auf dem Niveau des Vorjahres. Mit dem diesjährigen Ergebnis liegen wir etwa 0,3 pp. über dem Markt. Dieses sehr gute Ergebnis ist Ausdruck unserer Finanzanlagesolidität, die unsere Kunden aber auch von uns erwarten dürfen.

Dies bestätigen auch die Ergebnisse der Stresstests der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht auf unsere Kapitalanlagebestände. Wie in den Vorjahren wurden sämtliche vorgeschriebenen Stresstests problemlos bestanden.

Verehrte Aktionäre und Aktionärinnen,

Sie befinden sich auf der Hauptversammlung eines großen Finanzdienstleisters. Auch bei den Kapitalanlagen will ich die Berichterstattung nicht auf das abgelaufene Geschäftsjahr beschränken. In den letzten Wochen und Monaten hatten wir große Veränderungen an den Kapitalmärkten, und deshalb interessiert Sie vor allem die Frage: Was sind die mittelbaren Auswirkungen der Subprime Krise auf die Kapitalanlagenperformance Ihrer Gesellschaft im laufenden Jahr?

Zinstitel sind weiter auf hohem Niveau. Das kostet Reserven. Bei den lang laufenden Verpflichtungen eines Lebensversicherers sind Kursverluste bei Zinstiteln allerdings von geringerer Bedeutung. Wir können die Papiere bis zur Endfälligkeit halten und dann werden sie zu 100 % ausgezahlt (Nominalwert).

Der EuroStoxx50, also der Index der 50 wichtigsten Europäischen Aktien, verlor seit Jahresende bis zum Schluss des ersten Quartals 2008 gut 17 %. Unsere mechanische Aktiensicherungsstrategie, nach der ein Teil des Portfolios gesteuert wird, hat in fallende Märkte hinein unsere Aktienquote frühzeitig nach unten angepasst. Sie liegt aktuell bei 11,5 % nach 12,4 % am Jahresanfang. Wir haben auf die Entwicklung der Märkte reagiert und Maßnahmen gegen weitere Kursverluste in unseren Beständen ergriffen. Für weitere Teilbestände haben wir Sicherungen über *Long Puts* und *Stop Losses* eingezogen. Wir gehen weiterhin von angespannten Kapitalmärkten aus, halten aber zum Jahresende eine Kurserholung für möglich.

Ich komme nun zum Abschluss mit den Themen Gesamt- und Jahresüberschuss 2007 sowie zu Ihrer Dividende.

Was bleibt unter dem Strich für Versicherte und Aktionäre? Das Geschäftsergebnis 2007 ist wesentlich geprägt durch das solide Kapitalanlageergebnis, die verbesserte Kostensituation und durch einen steuerlichen Sondereffekt. Roh- und Gesamtüberschuss lagen im Geschäftsjahr 2007 unter Einbeziehung der Karlsruher nahezu auf Vorjahresniveau.

Nach Direktgutschrift in Höhe von 25,5 Mio. Euro liegt der Gesamtüberschuss auf einem Niveau von gut 460 Mio. Euro. Hiervon wurden 2007 442,9 Mio. Euro für die künftige Überschussbeteiligung unserer Versicherungsnehmer der Rückstellung für Beitragsrückerstattung zugeführt. Dies ist notwendig, um im Wachstumsmarkt der Vorsorge wettbewerbsfähige Produkte anzubieten.

Auch für Sie, unsere Aktionäre, ergibt sich ein positives Bild. Gegenüber dem Vorjahr konnte der Jahresüberschuss nochmals um gut ein Drittel auf über 20 Mio. Euro gesteigert werden. Wie auch im Vorjahr wollen wir den gesamten Jahresüberschuss weitergeben. Wir schlagen Ihnen deshalb heute vor, eine Dividende von 1,65 Euro je Stückaktie auszuschütten.

Meine Damen und Herren,

meine heutige Hauptbotschaft an Sie heißt: Fokus auf Effizienz und Wachstum. Den ersten Teil haben wir schon an vielen Stellen eingelöst. Kontinuierlich steigende Überschüsse sprechen für sich.

Der zweite Teil, das Wachstum, ist jetzt unsere Herausforderung. Deshalb werden Sie verstehen, wenn ich Ihnen sage: Wir investieren langfristig in das Wachstum der WürtttLeben und Ihr Vertrauen in die WürtttLeben soll auch weiterhin mit guten Renditen belohnt werden.

Damit komme ich zur Kursentwicklung Ihrer Aktie. Die Aktie der WürtttLeben erlebte im letzten Jahr eine turbulente Phase. Im Februar erreichten wir in der Spitze einen Kurs von 44 Euro. Die danach einsetzende Abwärtsbewegung wurde durch das Aufflammen der Immobilienkrise verschärft und erreichte um die Jahreswende bei knapp 26 Euro einen Tiefstkurs.

Ein paar Zahlen sollen die starken Ausschläge objektivieren:

- Im Jahr 2007 ging unsere Aktie um 24,1 % gegenüber dem EuroStoxx50, der ein Plus von 6,8 % erreichte, und dem C-DAX Versicherungen, der nahezu unverändert blieb, zurück.
- Seit Januar dieses Jahres liegen wir aber gegenüber beiden Indices wieder um jeweils über 25 % vorn.
- Auf etwas längerem Horizont, nämlich seit 2004 bis heute gerechnet, hat die WürtttLeben sowohl den EuroStoxx50 als auch den C-DAX Versicherungen um jeweils über 100 % geschlagen.

Verschiedene Faktoren sprechen für weiteres Aufwärtspotenzial der WürtttLeben-Aktie:

- Der Zusammenschluss mit der Karlsruher hat die Marktstellung verbessert und die Vertriebsmöglichkeiten signifikant erweitert.
- Die gehobenen Synergien sind nachhaltig und schlagen sich in höheren Dividendenrenditen nieder.
- Die Einbettung der WürtttLeben im starken Vorsorgekonzern W&W sorgt für weiteres Kurspotenzial.

Lassen Sie mich also zusammenfassen:

- Insbesondere mit der Übernahme der Karlsruher haben wir konsequent unsere Prozesse verbessert und Synergien in der Verwaltung und Betreuung der Vertriebe gehoben.
- Wir sind damit ein gutes Stück schneller vorangekommen als ursprünglich geplant. Bereits 2007 haben wir den ab 2009 vorgesehen Nutzen eingefahren, ja sogar übertroffen.
- Die allgemeine negative Kapitalmarktentwicklung ist nicht spurlos an der WürtttLeben vorüber gegangen. Dennoch konnten wir unsere gute Nettoverzinsung von 2006 wieder erreichen.
- Alles zusammen gerechnet konnten wir in diesem Jahr die Dividende um ein Drittel erhöhen. Wir haben die nachhaltige Ertragskraft der WürtttLeben erneut unter Beweis gestellt.

Meine Damen und Herren,

ich habe Ihnen in meinen Ausführungen neben den Zahlen des Jahres 2007 auch erläutert, wohin unsere Reise gehen soll. Wir wollen wachsen!

Die Abläufe für 2008 stehen bereits heute fest. Umso wichtiger ist es, unsere Vertriebskanäle weiter zu stärken. Wir haben im letzten Jahr bereits entscheidende Weichen gestellt. Mein Kollege Herr Dr. Kantak wird die neue Vertriebsausrichtung weiter vorantreiben. Sie heißt: Ausbau unserer Ausschließlichkeitsorganisation und engere Zusammenarbeit mit unseren übrigen Vertriebspartnern. Dies wird unterstützt durch wettbewerbsfähige Produkte aus der Werkstatt von Ruth Martin und einer zielgerichteten Kapitalanlagepolitik des Teams um Herrn Dr. Gerdes.

Unsere Ausgangsbasis ist gut. Mit unserem Partner Wüstenrot, mit der erneut bestätigten Serviceführerschaft – zuletzt auch im Handelsblatt –, und nicht zu vergessen unseren großartigen Vertriebsleuten sowie einer engagierten Mannschaft im Innendienst können wir optimistisch in die Zukunft schauen.

Meine Damen und Herren,

zum Erfolg des Geschäftsjahres haben wie immer ganz wesentlich unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Außen- und Innendienst beigetragen. Ein herzliches Dankeschön für die geleistete Arbeit und ihren Einsatz.

Ein großes Kompliment und unsere Anerkennung gehen wie immer auch an die Außendienstpartnerinnen und -partner bei der Württembergischen und bei Wüstenrot; aber auch an unsere Bankvertriebspartner und Makler.

Ihnen, meine sehr verehrten Aktionäre, gilt zum Schluss unser besonderer Dank dafür, dass Sie unsere Gesellschaft auch im vergangenen Jahr begleitet haben.

Ich danke für Ihre Aufmerksamkeit. Meine Kollegen vom Vorstand und ich stehen Ihnen nun für Fragen zur Verfügung.