

# Rede von Dr. Wolfgang Oehler

Vorsitzender des Vorstands  
Württembergische Lebensversicherung AG

zur

Hauptversammlung der  
Württembergische Lebensversicherung AG  
am 5. Mai 2009 in Stuttgart

(Es gilt das gesprochene Wort.)

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

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

Wir haben ein ganz besonderes Jahr hinter uns. Wer hätte auf der letzten Hauptversammlung gedacht, dass die damals schon sichtbare Immobilienkrise am US-Markt solche Ausmaße annimmt. Wie alle am Kapitalmarkt agierenden Unternehmen ist auch die Württembergische davon nicht unberührt geblieben. Und die Finanzkrise dauert auch 2009 an. Da gilt es, nichts zu beschönigen. Das kostet auch dieses Jahr hohe Aufmerksamkeit und Kraft. Und in einer Krise gibt es auch immer erhöhte Risiken. Aber ich glaube sagen zu können: Wir bei der Württembergischen sind Versicherer und verstehen es, mit dem Risiko umzugehen! Deshalb kommen wir auch durch raue See.

Das Gespräch und der Austausch mit Ihnen, verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, ist uns wichtig. Dies gilt auch für die anwesenden Aktionärsvertreter und unsere Gäste.

Ich möchte zunächst auf das abgelaufene Geschäftsjahr eingehen. Anschließend erläutere ich Ihnen, wie die Württembergische die Chancen aus den veränderten Rahmenbedingungen nutzen will, und wie wir die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft stellen. Abschließend gehe ich auf den Kursverlauf Ihrer Aktie ein.

Meine Damen und Herren,

kommen wir zum Rückblick auf das so besondere Jahr 2008. Was ist da eigentlich passiert? Und was uns noch viel mehr interessiert: Wie geht es weiter? Wir haben im vergangenen Jahr die heftigsten Verwerfungen an den Kapitalmärkten seit vielen Jahren erlebt. Nicht zuletzt durch die Insolvenz von Lehman, die latente Schieflage zahlreicher großer Finanzinstitute und die dadurch verursachten Effekte an den Kreditmärkten sind die Volkswirtschaften weltweit in eine Rezession gestürzt. Die Folgen daraus werden erst jetzt langsam abschätzbar. Das alles haben wir gemeinsam in den letzten Monaten in der Presse verfolgt und am eigenen Leibe erfahren. Und parallel nehmen wir die Debatte um die neue Macht des Staates wahr. Für Sie als Investoren ist sicher die spannendste Frage: Welche Unternehmen oder auch Branchen werden sich in dieser Krise behaupten und welche werden gar aus dieser Krise gestärkt hervorgehen? Gestärkt, weil sie das richtige Geschäftsmodell haben und sich in ihrer Linie nicht beirren lassen.

Nun, soviel lässt sich schon sagen: Die Versicherungsbranche ist deutlich weniger betroffen als die Banken. Zudem fragen immer mehr Kunden wieder konservative Anlageprodukte nach. Die Jagd nach dem letzten Renditepunktchen hat nicht mehr den höchsten Stellenwert. Sicherheit steht mehr denn je im Vordergrund. Unsere Gesellschaft bleibt gerade in dieser wirtschaftlich schwierigen Zeit ein verlässlicher Partner in der Altersvorsorge. Auf diese in der Krise liegende Chance komme ich später zurück.

Wie ist nun die Ausgangsbasis aus dem Geschäftsjahr 2008 für diese spannende Aufgabe?

Ich beginne mit dem Neugeschäft. Nach einem schwachen Start im ersten Quartal 2008 akquirierten unsere Vertriebspartner, allen voran die Ausschließlichkeitsorganisation der Württembergischen aber auch der Wüstenrot 2008 gemessen an der Beitragssumme am Ende rund 3 % mehr Neugeschäft als im Vorjahr. Das verdient Anerkennung! Gleichwohl ging der Neubeitrag zurück. Ursache waren die geringeren Einmalbeiträge aus dem Bank- und Konsortialgeschäft. Neugeschäft bedeutet Zufluss. Wie sieht der Abfluss aus?

Erfreulich auf der anderen Seite ist unsere Stornoquote. Sie hat sich 2008 zwar leicht erhöht, liegt aber mit 4,8 % wie in den Vorjahren deutlich unter dem Marktniveau von 5,6 %. Dies ist das Ergebnis unserer qualifizierten Beratung durch unsere Außendienstpartner. Die marktweite Erhöhung zeigt die Unsicherheit der Verbraucher in einem wirtschaftlich schwierigeren Umfeld.

Vom Neugeschäft und Storno leite ich über zur Beitragsentwicklung. Ich habe die Beeinflussung des Beitragsniveaus durch die Abläufe bereits im letzten Jahr dargestellt. Wir befinden uns auch 2009 immer noch in der Phase steigender Beitragsabläufe in unseren Beständen. Sie resultieren aus den Neuzugängen von Verträgen mit fünfjähriger Beitragszahlung aus den Jahren 2003 und 2004. So hatten wir im letzten Jahr mit 145,8 Mio. Euro erneut mehr Abläufe als im Vorjahr. 2009 werden wir hier die Spitze sehen und erst im darauffolgenden Jahr gehen die Abläufe um fast 50 Mio. Euro zurück. Um diesen Beitragsrückgang zu kompensieren, muss das Neugeschäft überproportional wachsen. Vor dieser Herausforderung stehen alle eingesessenen Lebensversicherungsunternehmen.

Unterm Strich ergab sich aus dem Neugeschäft und diesem großen Abfluss ein Abrieb unseres Beitragsniveaus von 3,7 %. In den letzten beiden Jahren ist unser Bestand zurückgegangen. Das kann uns nicht befriedigen. Nach dem Erwerb der Karlsruher im Jahr 2005 und dem dadurch verwirklichten Beitragssprung in eine andere Liga ist es unser erklärtes Ziel, aus eigener Kraft mit unseren Vertrieben wieder zu wachsen. Wir haben dazu im letzten Jahr mit unserem neuen Vorstandskollegen im Vertrieb, Dr. Ralf Kantak, eine ganze Menge angestoßen. Darauf werde ich im zweiten Teil meiner Rede zurückkommen.

Sie sehen auf diesem Schaubild die Entwicklung des Verwaltungskostensatzes der WürttLeben seit 2002. Alles in allem bewirkten die Effizienzsteigerungen aus dem Programm Württembergische 2009, dass wir die absoluten Verwaltungskosten trotz Inflation erneut senken konnten. Der Verwaltungskostensatz, der aufgrund der Verschmelzung mit der Karlsruher 2007 noch zulegte, ging im letzten Jahr von 3,2 % auf 3,1 % zurück. Der Stellenabbau erfolgte schneller als geplant und ohne betriebsbedingte Kündigungen.

Im Herbst letzten Jahres haben wir die Weichen für weitere Kostenentlastungen gestellt, indem wir unter anderem alle operativen Aufgaben für die Standardvorgänge in einem Ressort zusammengefasst haben. Damit sind die Grundlagen für einen modernen Versicherungsbetrieb gelegt, der auf das angestrebte Wachstum der kommenden Jahre gut vorbereitet ist und unseren Kunden und der Vertriebsmannschaft Service aus einer Hand bietet.

Verehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

kommen wir nun zu dem Teil, der neben dem Neugeschäft und den Kosten in hohem Maße den Erfolg eines Lebensversicherers bestimmt. Kommen wir zu den Kapitalan-

lagen. Angesichts der gewaltigen Finanzmarktkrise kommt diesem Bereich des Unternehmens eine ganz besondere Rolle zu. Die Württembergische verfolgt traditionell eine risikobewusste und auf hohe Schuldnerqualität ausgerichtete Anlagepolitik. Gleichwohl wirkte sich die im Jahresverlauf massiv verschärfte Finanzmarktkrise auch auf unsere Kapitalanlagen aus. Die drastischen Kurseinbrüche an den Aktienmärkten – der EuroStoXX50 büßte 44,3 % im Jahresverlauf ein – sowie deutliche Zinsaufschläge für Papiere von Emittenten aus der Finanzbranche und Industrie beeinflussten die Wertentwicklung des Anlageportefeuilles erheblich. Bei solchen Banken, die im Verlauf der Krise zunehmend ins Wanken gerieten, waren wir glücklicherweise nur in einem überschaubaren Maß investiert. Es gab hier lediglich Ausfälle im einstelligen Millionenbereich, also unter einem Promille des gesamten Kapitalanlagevolumens.

Sie sehen hier die wesentlichen Zahlen des Einzelabschlusses der WürttLeben nach HGB. Die Werte nach dieser Bilanzierungsmethode sind ausschlaggebend für die Überschussbeteiligung, die Stellung am Markt und letztlich für die Dividende.

Der gesamte Bestand an Kapitalanlagen ging im Geschäftsjahr 2008 um ca. 0,5 % auf rund 25 Milliarden Euro zurück. Dabei reduzierte sich das Aktien-Exposure erheblich. Die Aktienquote sank im Jahresverlauf vorrangig durch die Kursentwicklung, aber auch durch gezielte Verkäufe von 12,5 % auf 6,5 %. Durch Sicherungen über Long Puts und Futures, die auf dem Niveau von 3500 bis 3200 des EuroStoXX50 griffen, reduzierten wir die wirtschaftliche Aktienquote auf ca. 0,9 % am Jahresende.

Im besonders turbulenten vierten Quartal waren durchweg mehr als 90 % des Aktienbestandes abgesichert. Dennoch hatten die Abschreibungen auf Aktien einen wesentlichen Einfluss auf das Nettoergebnis, das sich von 1,2 Mrd. im Vorjahr auf etwa 820 Mio. Euro reduzierte.

Wir gehen zum aktuellen Zeitpunkt nicht von einer fundamentalen Erholung der Kapitalmärkte noch in diesem Jahr aus. Deshalb haben wir uns zu einer marktkonformen, niedrigeren Deklaration der Überschussbeteiligung in Höhe von 4,7 % für 2009 entschlossen (nach knapp 5 % im VJ). Vor dem Hintergrund der andauernden Finanzkrise ist eine Absenkung die einzig nachhaltige und gegenüber dem Kunden glaubwürdige Entscheidung. Wenn alle Anlageprodukte an den Kapitalmärkten derzeit an Rendite einbüßen, gilt dies trotz aller Glättung im Kollektiv auch für die Lebensversicherung.

Aufgrund der Kursverluste an den Aktienmärkten und der Risikoaufschläge auf Zinstitel im Rentenbereich gingen die wirtschaftlichen Gesamtreserven im letzten Jahr zurück. Stille Lasten, die in diesem Saldo enthalten sind, entstanden insbesondere im Bereich der Zinstitel. Da wir die Zinstitel aufgrund der langen Laufzeiten der Versicherungen auf der Passivseite in der Regel bis zur Endfälligkeit halten, lösen sich die dort gebildeten negativen Reserven überwiegend bis zur Tilgung auf.

Außerordentliche Erträge erzielten wir durch die Veräußerung unserer 10 %-Beteiligung an der Bausparkasse Wüstenrot und der Bündelung von Wohnimmobilien, die wir dauerhaft halten, in der Wohnimmo KG der Württembergischen.

Die Nettoverzinsung aus Kapitalanlagen lag mit 3,3 % deutlich unter dem Niveau des Vorjahres. Den mehrjährigen Verlauf der Nettoverzinsung sehen Sie auf diesem Schaubild. 2007 lagen wir noch leicht über dem Markt, 2008 ist es umgekehrt. Die 3,3 % entsprechen nicht unserem Anspruch. Aus den Erkenntnissen, die man aber

immer erst im Rückblick hat, hätten frühzeitigere Sicherungen uns einiges an Abschreibungen erspart. Wir haben daraus gelernt. Unser Aktienportfolio versehen wir konsequent bereits seit Jahresbeginn mit einer hohen Sicherungsquote. Sie liegt bei über 85 %, wobei das Aktienvolumen in 2009 weiter reduziert wurde. Die für das Risiko maßgebliche optionsadjustierte Aktienquote liegt damit unter 1 %.

Vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen ergibt sich für Sie, unsere Aktionäre – so denke ich – doch ein ordentliches Ergebnis. Im Gegensatz zu manch anderem Finanzdienstleister mit negativen Rekordzahlen legen wir Ihnen auch dieses Jahr einen deutlich positiven Jahresüberschuss vor.

Er liegt mit 12,2 Mio. Euro exakt auf dem Niveau des Jahres 2005. Dabei wird sichtbar, wie wichtig die in den letzten Jahren durchgeführten Effizienzmaßnahmen unseres Programms Württembergische 2009 sind. Ohne sie hätten wir dieses Ergebnis sicher nicht erreicht.

Abschließend ein Blick auf die Entwicklung der Profitabilität. Sie erkennen daran die kontinuierliche Verbesserung in den Jahren 2003 bis 2007. Allerdings mussten wir im Ausnahmejahr 2008 einen Dämpfer hinnehmen. Die Eigenkapitalrendite des Teilkonzerns liegt bei 10,4 %. Unser Ziel muss es sein, an die alte Entwicklung anzuknüpfen.

Sehr geehrte Damen und Herren,

Soviel zu den wesentlichen Jahresabschlusszahlen. Ich möchte mit Ihnen jetzt einen kurzen Blick auf die Teilprogramme der Württembergischen innerhalb des Gesamtprogramms W&W 2009 werfen. Vielleicht erkennen Sie das Schaubild wieder, das ich schon auf der letzten Hauptversammlung gezeigt habe. Wir sind jetzt ein Jahr weiter. Die Integration der Karlsruher ist abgeschlossen. In unserem Programm Württembergische 2009 haben wir im letzten Jahr unter anderem die Zahl der Verwaltungsgeschäftsstellen wie geplant von 15 auf sieben Standorte reduziert und die Aufgaben gebündelt. Die gemeinsame Marke ist eingeführt. Das Zielbild „W&W – DER Vorsorge-Spezialist“ steht. Es geht jetzt darum, diesen Gedanken mit Leben zu füllen.

Ich konnte Ihnen im letzten Jahr berichten, dass der Gesamtnutzen aller unserer Projekte in der Württembergischen deutlich höher als erwartet ausfällt und auch früher eintritt. Nun, dies wird uns auch in diesem Jahr zugute kommen. Wir haben weitere Projekte aufgesetzt, die bereits ab 2010 einen nochmals erhöhten Nutzen einbringen. Wir setzen dieses solide wirtschaftliche Fundament nun in Wachstum um. Die Württembergische ist als tragender Bestandteil des Vorsorgespezialisten W&W für die Zukunft gut aufgestellt.

Damit bin ich bei der zweiten Stoßrichtung unserer strategischen Initiativen: bei der Stärkung unserer Vertriebskraft für nachhaltiges Wachstum. Auf der letzten Hauptversammlung haben Sie darum gebeten, in diesem Jahr mehr zur Vertriebsleistung aus Konzernsicht zu berichten. Dieser Bitte folge ich und beginne mit einer Darstellung der Fortschritte des letzten Jahres.

Die Weiterentwicklung und Stärkung des Vertriebs über die von Herrn Dr. Katak angestoßenen Projekte kommt gut voran. Sie sehen hier die bereits in Umsetzung befindlichen Maßnahmen neben jenen, die noch im Projekt ausgearbeitet werden müssen. Im letzten Jahr haben wir eine gemeinsame Vertriebsstrategie von Wüstenrot und Württembergische verabschiedet. Es geht dabei um eine übergreifende Sicht beider Geschäftsfelder der W&W-Gruppe auf den Kunden. Wir wollen den Kunden-

bedarf noch besser erkennen. Auf ihn richten wir unsere Produktentwicklung und Wertschöpfung innerhalb des Konzerns aus. Letztes Jahr habe ich Ihnen einen Film mit Erwartungen von Außen- und Innendienstmitarbeitern bezüglich der Vertriebschancen in unserem Konzern gezeigt. Diese Erwartungen werden nun Schritt für Schritt Wirklichkeit.

Dabei spielen die strategischen Vertriebswege Ausschließlichkeit, Makler und Banken die zentrale Rolle. Wir haben dazu – wie unter Punkt 4 dargestellt – die Direktion multikanalfähig ausgerichtet. In einem weiteren Schritt geht es jetzt um die Straffung der Geschäftsstellen, die wir nach der Herauslösung des Maklergeschäfts zukunftsfähig aufstellen.

In diese Richtung zielt auch die Neuausrichtung der Vergütung mit mehr Gewicht auf Cross-Selling einerseits und auf Ertrag andererseits. Zusätzlich wurde die Steuerung innerhalb des Vertriebsressorts optimiert. Der Anteil der beiden Ausschließlichkeitsorganisationen der Württembergischen und der Wüstenrot an der Lebenproduktion hat sich mittlerweile auf zwei Drittel erhöht. Erfreulicherweise sehen wir in den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres gerade bei den Maklern und Banken eine deutliche Belebung des Neugeschäfts.

Unsere Bemühungen zur Stärkung des wechselseitigen Überkreuzverkaufs der Produkte von Wüstenrot und Württembergische zahlen sich aus. Ein Blick auf die positive Cross-Selling Bilanz beweist, dass die bessere Anreizsteuerung über die Provisonierung und die Maßnahmen zur wechselseitigen Betreuung greifen. So steigerte der Wüstenrot-Außendienst seine Lebenproduktion seit 2005 um 77 %, gleichzeitig hat unsere Ausschließlichkeitsorganisation den Absatz von Bausparprodukten um fast 40 % erhöht. Im Vergleich mit anderen Versicherungsvertrieben sind wir sowohl bei der Steigerung wie bei der absoluten Höhe der Bausparproduktion führend.

Aber es geht hierbei um mehr als um das Cross Selling einzelner Produkte. Es geht um die gesamthafte Erfüllung des Kundenbedarfs. Es geht darum, dass der Kunde die Produkte der WürttLeben als wichtigen Teil des Gesamtpakets „W&W – DER Vorsorge-Spezialist“ rund um seine finanzielle Vorsorge erlebt.

Dazu haben wir produkt- und geschäftsfeldübergreifend vier einheitliche Bedarfsefelder definiert:

- Absicherung finanzieller Unabhängigkeit und Wohlbefinden im Alter,
- Risikoschutz von Vermögen und Eigentum,
- Wohneigentum – in den eigenen vier Wänden leben und
- finanzielle Ziele erfüllen und Vermögen aufbauen.

Gerade zum erstgenannten Bedürfnis trägt die Produktwelt der Württembergischen optimal bei. Der Ansatz des Vorsorge-Spezialisten geht aber noch weiter. Wir wollen zunehmend weg vom isolierten Produktabsatz hin zur individuellen Gesamtlösung für den Kunden. Hierzu einige Beispiele in Verbindung mit der Württembergischen:

- Wer Riester will, kann bei uns den kompletten Riester bekommen. Egal ob Geldrente oder steinerne Rente. Wir bieten das gesamte Riesterbündel.

- Wer ein Haus finanziert, braucht eine Risikoabsicherung. Deshalb gehört sie obligatorisch zum Produktbündel Baufinanzierung.
- Wer Bausparen mit einer WürttLeben-Hypothek kombiniert, bekommt von uns im Bündel bessere Konditionen.
- Aber auch der Ausgleich bei unterschiedlicher Arbeitsbelastung im Konzern und der Austausch von Fachwissen zwischen den verschiedenen Fachabteilungen bringt internen Zusatznutzen.

Meine Damen und Herren,

die Projektlandschaft ist spannend und ich könnte noch vieles dazu sagen. Neben der Stärkung der Vertriebskraft und verbesserter Effizienz steht für uns die Steigerung des Kundennutzens im Zentrum. So schärfen wir unser Profil im Markt und erlangen Wettbewerbsvorteile.

Damit sind wir auch schon beim Ausblick. Wie geht es weiter im Jahr 2009 und darüber hinaus? Die Entwicklung zeigt klar, dass die wirkliche Krise bei der breiten Bevölkerung noch gar nicht angekommen ist. Das zweite Halbjahr wird schwieriger als das erste. Aktuelle Wirtschaftsprognosen zur Entwicklung des Bruttosozialprodukts belegen das.

Trotzdem bleibt es dabei: „Der Vorsorgemarkt ist ein Wachstumsmarkt“. Und das gilt mehr denn je. Wir müssen jetzt unsere Chance ergreifen und dem Kundenbedürfnis nach Sicherheit verstärkt Rechnung tragen. Wie kann uns das gelingen? In Zeiten hoher Unsicherheit rückt das persönliche Vertrauen in seriöse Beratung in den Vordergrund. So manche Vermögensberater anderer Häuser haben sich mit ihren Anlageempfehlungen verhoben und sehen sich jetzt einem immensen Vertrauensverlust gegenüber oder werden sogar mit Klagen konfrontiert. Der Gesetzgeber erwägt derzeit eine schärfere Reglementierung der Vermittlung von Finanzdienstleistungen. Das schreckt uns als Serviceversicherer nicht. Denn unser Beratungsansatz basiert auf Aufklärung und Vertrauen.

Diesem Bedürfnis unserer Kunden kommen wir am nächsten mit unseren traditionellen Werten. Mit den Werten, die seit jeher durch den „Fels in der Brandung“ verkörpert werden:

- **Solidität:** Eingebettet in den starken Vorsorgekonzern und durch weiterhin ausgewogene Anlagepolitik steht die Württembergische für Solidität.
- **Sicherheit:** Wir bieten nur Produkte an, die wir auch verstehen und die wir guten Gewissens unseren Kunden anvertrauen können, weil wir sie auch selber kaufen.
- **Bodenständigkeit:** Wir sind ein mittelständischer schwäbischer Versicherer.
- **Seriosität:** Wir versprechen keine Traumrenditen, die zu immer höherer Risikoneigung zwingen.
- **Integrität:** Wir stehen zu unserem Wort.

Wenn wir alle im Außen- und Innendienst diese Werte leben und auf unsere Stärken setzen, dann wird die aktuelle Krise zur Chance. Wir können also zuversichtlich in die

Zukunft blicken. Sie sehen hier einen Ausschnitt unserer Maßnahmen. Ich will mich auf wenige Punkte konzentrieren:

- Wir setzen im Vertrieb noch stärker auf Beratung anstatt auf reinen Produktverkauf. Wir entwickeln uns immer mehr vom Verkäufer zum Problemlöser. Wir bauen unsere Vertriebswege weiter systematisch aus.
- Weiterhin verbessern wir die Margenstärke und Rentabilität unserer Produkte durch eine gemeinsame Wertschöpfung im Konzern.
- Wir sind bei den zur Zeit stark nachgefragten Einmaleinlageprodukten wie der sofort beginnenden Rente gut positioniert.
- Mit innovativen Lösungen wollen wir den Kunden begeistern und der Konkurrenz einen Schritt voraus sein.

Ein neues Leuchtturmprodukt, das diesem Anspruch gerecht wird, ist der von Fr. Martin und ihrem Team entwickelte Genius. Genius ist eine neue Generation der Fondspolice und trägt insbesondere dem Kundenwunsch nach mehr Garantien und Flexibilität Rechnung. Der Kunde kann zwischen höherer Sicherheit und stärkerer Chancenorientierung wählen und diesen Mix im Lebenszyklus verändern. Er kann sich aber auch Zwischenstände sichern. Wir werden voraussichtlich zur Jahresmitte als Erster mit einem solchen Produkt auf den deutschen Markt kommen. Und wir sind überzeugt: Mit Genius treffen wir den Bedarf vieler Kunden.

Sicher erhält auch dieses Produkt wieder gute Ratings. Unabhängige Agenturen bestätigen uns: Wir sind mit vielen unserer Angebote heute sehr gut am Markt platziert. Gerade bei der im Moment wichtigen klassischen Rente und der Riesterrente brauchen wir uns nicht zu verstecken. Ebenso positiv steht unsere Berufsunfähigkeitsabsicherung da.

Kommen wir zum Abschluss unserer Initiativen noch zum Thema Service. Wir alle sind auch Kunden und wissen: Exzellenter Service steigert unsere Zufriedenheit und damit auch die Weiterempfehlungsbereitschaft an Verwandte und Bekannte. Zur Verwirklichung unserer Wachstumsziele sind zufriedene Kunden unerlässlich. In unserem Zielbild haben wir fünf Serviceversprechen formuliert. Sie sind die Basis für einen noch besseren Kundenservice. Erstklassiger Service ist jeden Tag aufs Neue harte Arbeit. Wir sind hier auf dem richtigen Weg, wie uns täglich von unseren Kunden und ebenso von unabhängigen Marktforschern wie Kubus bestätigt wird. Im letzten Jahr wurden wir gleich in mehreren Bereichen als „Best Practice“ ausgezeichnet. Also als der Anbieter, der die Messlatte in seiner Branche vorgibt.

Verehrte Aktionärinnen, verehrte Aktionäre,

ich gelange zum letzten Teil meiner Ausführungen: zur Dividende und zur Kursentwicklung Ihrer Aktie. Im vergangenen Geschäftsjahr erwirtschaftete Ihre Gesellschaft trotz widriger Umstände einen Jahresüberschuss in Höhe von 12,2 Mio. Euro. Wir empfehlen diesen zur vollen Ausschüttung, was einer Dividende von 1 Euro je Aktie entspricht. Niemand kann exakt voraussagen, wie das Jahr 2009 im Detail auslaufen wird. Unser Ziel ist es aber, mittelfristig an die Entwicklung des Überschusses der Vorjahre anzuknüpfen.

Die Aktie der WürttLeben verlor im letzten Jahr wie fast alle Finanztitel erheblich an Wert. Ihr Kurs gab um 37 % nach. Unter Berücksichtigung der gezahlten Dividende von 1,65 Euro je Aktie verlor sie somit rund 31 %. Im Vergleich hierzu büßte der Branchenindex Versicherungen im gleichen Zeitraum etwas mehr als 36 % ein (DAX-sector Insurance). Auch im laufenden Jahr liegt die Wertentwicklung Ihrer Aktie um 1,4 % über diesem Vergleichsindex.

Wir sind überzeugt, dass einige Faktoren für eine bessere Entwicklung in den nächsten Jahren sprechen:

- Der erfolgreich abgeschlossene Zusammenschluss mit der Karlsruher hat die Marktstellung verbessert und die Vertriebsmöglichkeiten signifikant erweitert.
- Unsere Projektziele wurden schneller erreicht als geplant.
- Der Vertriebsumbau, der die Württembergische multikanalfähig macht, kommt gut voran.
- Neue innovative Produkte stehen kurz vor der Einführung.
- Untermauert werden unsere Erwartungen von den mittelfristig positiven Signalen eines weiterhin steigenden Bedarfs an privater Altersvorsorge.
- Die Württembergische bleibt gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten mit ihrem besonderen Beratungsansatz und dem umfassenden Blick auf den Kunden und durch ihre Einbettung in die W&W-Gruppe die erste Adresse für unsere Kunden rund um das Thema individuelle Vorsorge – eben der „Fels in der Brandung“.

Das alles sind positive Aspekte, die trotz der Risiken in einer Wirtschaftskrise Mut machen. Ich danke Ihnen, verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, für Ihr Vertrauen. Ich danke auch allen Kunden, die uns ihre Altersvorsorge anvertrauen und denen wir unseren Versicherungsschutz bieten. Ich schließe mit einem herzlichen Dank an alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie unsere Vertriebspartner für ihren engagierten Einsatz.