

Pressegespräch am 28. Juni 2006

## Rede von Dr. Alexander Erdland

(Es gilt das gesprochene Wort) - S p e r r f r i s t 28.06.2006, 10.00 Uhr

Guten Morgen, meine sehr verehrten Damen und Herren,

wenn ich in die Runde schaue, sehe ich viele bekannte Gesichter, die meine Arbeit schon bei der Bausparkasse Schwäbisch Hall begleitet haben.

Es ist mir eine große Freude, Sie heute wieder zu sehen und Sie auch im Namen meines Vorstandskollegen Dr. Edmund Schwake zum Pressegespräch der Wüstenrot & Württembergische AG ganz herzlich begrüßen zu dürfen. Unser Vorstandskollege Dr. Bernhard Schareck befindet sich derzeit im Urlaub und lässt Sie herzlich grüßen.

Ich bin sehr froh darüber, die bestehenden Kontakte zu Ihnen weiter pflegen zu können.

Ich freue mich aber auch, in meinem neuen Amt als Vorsitzender des Vorstandes der W&W AG, das ich am 1. März dieses Jahres angetreten habe, neue Kontakte mit denjenigen von Ihnen aufzubauen, die ich bislang noch nicht kenne.

Meine Damen und Herren,

wenn eine Mannschaftsaufstellung geändert wird, wie bei W&W, dann interessiert sofort, ob sich damit auch Ziel, Strategie und Taktik ändern.

Wir halten jedoch nichts davon, übereilt zu handeln, ohne vorher die Stärken und Schwächen des bisherigen Spiels genau analysiert zu haben.

In diesem Sinne haben wir uns vorstandsseitig in der gesamten W&W-Gruppe ambitioniert und kollegial zusammen getan, um gemeinsam eine Bestandsaufnahme zu machen.

Zu den Stärken der W&W-Gruppe gehören demnach:

- ein großer Stamm von 6,5 Millionen Kunden
- die hohe Kundenzufriedenheit. So sind mit Wüstenrot 94 Prozent der Kunden zufrieden oder sehr zufrieden; bei der Württembergischen sind es 89 Prozent, wie die Untersuchung „Kundenmonitor“, durchgeführt von TNS Infratest, ergeben hat
- die starke Verankerung am Markt: mit 6.500 Außendienstpartnern, knapp 1000 Wüstenrot Service-Centern und 2000 Außenbüros der Württembergischen
- die hohe Identifikation und Leistungsbereitschaft aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- die anerkannten, traditionsreichen Marken für privates Wohneigentum, für finanzielle Vorsorge und Absicherung. Die W&W verbindet damit seit der Zusammenführung von Württembergischer und Wüstenrot ein Angebot für Privatkunden und Mittelstand in Deutschland auf eine Weise, die einmalig ist
- Wüstenrot ist nach wie vor die bekannteste deutsche Bausparmarke, die gestützte Bekanntheit liegt bei 85 Prozent. Die Württembergische, der Fels in der Brandung, verfügt über eine gestützte Bekanntheit von 55 Prozent

- die attraktive Besonderheit, dass die W&W-Gruppe zwischen den großen internationalen Finanzkonzernen auf der einen und vielen Nischenanbietern auf der anderen Seite agiert
- die Unabhängigkeit der Unternehmensgruppe mit der starken Mehrheitseigentümersin Wüstenrot Holding AG im Rücken, die rund 70 Prozent der Aktien besitzt

Zudem ist es uns mit dem Erwerb der Karlsruher im vergangenen Jahr gelungen, in allen Kerngeschäftsfeldern eine Marktposition unter den Top 10 zu erreichen.

Die Ehrlichkeit gebietet aber auch, zuzugeben:

- dass Unternehmen der Gruppe Marktanteile, Beitragsvolumen und damit Kunden verlieren und
- dass in der Gruppe Produktivität, Qualität und Rentabilität zum Teil deutlich hinter vergleichbaren Werten von Wettbewerbern zurückbleiben

Über viele Zahlen ist in Ihren Blättern in den vergangenen Tagen schon ausführlich berichtet worden. So sehr uns manche Schlagzeilen auch schmerzen mögen, so sehr werden sie uns auch anspornen, die bestehenden Schwächen mit Konsequenz anzugehen, so dass künftig wieder die Stärken der Gruppe im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit stehen.

Meine Damen und Herren,

wir müssen nun drei Dinge in den Vordergrund rücken:

- Es geht um mehr Wachstum, nicht allein der Marktanteile wegen, sondern vor allem auch für in der Zukunft attraktive Beschäftigung.
- Es geht um mehr Effizienz, nicht ausschließlich um Kosten zu sparen, sondern für mehr Leistungsfähigkeit und Schlagkraft im Wettbewerb.
- Und es geht um mehr Rentabilität, nicht monokausal für unsere Aktionäre, sondern zur Stärkung unserer eigenen Finanz- und Investitionskraft und somit zur Sicherung unserer Unabhängigkeit.

Im vergangenen Jahr hat es unser Konzern nur auf eine Eigenkapitalrendite nach Steuern von 4,2 Prozent gebracht. Diese müssen wir deutlich erhöhen. Was sind die Gründe dafür?

1. Sowohl in unseren 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.

Als erstes Ziel streben wir daher bis 2009 für die Gruppe eine Verdoppelung der Nachsteuerrendite an. Die Zielgröße liegt bei der Bausparkasse einschließlich der Bank – aufgrund deren risikoärmeren Geschäftes – bei acht Prozent. Die Versicherungsgruppe strebt 12 Prozent an. Ab dem Jahr 2010 setzen wir uns auf Gruppenebene eine Rentabilität von mindestens 10 Prozent zum Ziel.

Um nach Steuern bis 2009 das insofern zusätzlich erforderliche Ergebnis von 115 Millionen Euro zu erreichen, beträgt die vor Steuern zu erreichende Ergebnisverbesserung für die gesamte Gruppe 190 Millionen Euro. 40 Millionen Euro davon werden aus einer verstärkten Vertriebskraft, einem adäquaten Produktmix und einem besseren Finanzmanagement resultieren. Dies können wir leisten, indem wir die Risikokosten senken, unsere Tarif- und Sortimentspolitik straffen und optimieren, aber auch unsere Aktiv-Passiv-Steuerung weiter professionalisieren. Damit werden wir jedoch – auch angesichts des unverändert schwierigen Marktumfeldes – nur den geringen Teil der Ergebnislücke schließen.

Mit 150 Millionen Euro vor Steuern wird der wesentliche Anteil der Rentabilitätsverbesserungen unserer Unternehmen in den nächsten Jahren aus Effizienzsteigerungen und Anpassung der Kostenstrukturen geleistet werden.

In diesen 150 Millionen Euro sind zur Hälfte Maßnahmen enthalten, die von den großen Tochtergesellschaften unserer Gruppe in jüngerer Zeit bereits angegangen worden sind. Das heißt: 75 Millionen Euro sind schon in der Umsetzung, davon 40 Millionen Euro bei Bausparkasse und Bank sowie 35 Millionen Euro bei den Versicherungen. Hiermit verbunden sind allein schon Personaleinsparungen von rund 400 Stellen bei Bausparkasse und Bank sowie 500 Stellen in Folge der Fusion von Württembergische und Karlsruher Versicherung, die ja bereits vor einiger Zeit veröffentlicht wurden.

Im Rahmen der neu aufgelegten Projekte haben die Vorstände unserer großen Tochtergesellschaften weitere Potenziale für Kostensenkungen und Effizienzsteigerungen im Gesamtvolumen von zusätzlichen 75 Millionen Euro identifiziert. Neben Einsparung reiner Sachkosten müssen allerdings leider auch hierfür Arbeitsplätze entfallen, die nicht mehr benötigt und getragen werden können.

So bauen die Versicherer über die bereits im Rahmen der Fusion mit der Karlsruher bekannten 500 Stellen hinaus weitere 250 Arbeitsplätze bis zum Jahre 2009 ab. In der Summe sprechen wir bei den Versicherungen also über 750 Mitarbeiter; sie werden ausnahmslos im Wege der natürlichen Fluktuation ausscheiden. In Bausparkasse und Bank sprechen wir über die addierte Größenordnung von 800 bis 1.000 Arbeitsplätzen. Hierin enthalten sind die genannten 400 Stellen aus bisher schon aufgesetzten Projekten.

In der Gesamt-Summe werden die Tochtergesellschaften der Gruppe bis zum Jahre 2009 Stellen in der Größenordnung von 1.550 bis 1.750 abbauen. Das sind, bezogen auf eine Gesamtmitarbeiteranzahl von leicht über 11.000 Kolleginnen und Kollegen, zwischen 14 und 16

Prozent aller Stellen. Die Tatsache, dass 750 Mitarbeiter der Versicherungen im Wege der Fluktuation unsere Gruppe verlassen und zudem rund 700 Mitarbeiter im gesamten Konzern über 55 Jahre alt sind, sind die Basis für unsere Bemühungen, sozialverträgliche Lösungen zu erreichen. Hier sind die Vorstände um konstruktive und einvernehmliche Gespräche mit den Betriebsräten bemüht. Für Bausparkasse und Bank können nach Ansicht der dortigen Geschäftsleitungen betriebsbedingte Beendigungskündigungen gleichwohl leider nicht ausgeschlossen werden, wegen des dort so erheblichen Handlungsstaus.

Zum jetzigen Zeitpunkt wäre es zu früh und unredlich, dazu weitere Details bekannt zu geben. Sobald wir jedoch weitere Einzelheiten kennen, werden wir Sie darüber informieren.

Meine Damen und Herren,

ein Blick auf die Meldungen der letzten Tage zeigt uns, in welcher außerordentlichen Situation sich die Versicherungsbranche befindet. Wettbewerber bauen Arbeitsplätze ab, obschon sie bereits Milliarden-Gewinne machen und eine deutlich höhere Rentabilität vorweisen, als dies in unserer Gruppe der Fall ist.

Grundsätzlich ist hier folgendes zu sagen:

Der Branchenverband GDV rechnet damit, dass rund drei Prozent der mehr als 230.000 in der Versicherungswirtschaft Beschäftigten mit Entlassungen rechnen müssen. Wie dieser Tage zu lesen war, erwartet AMG Generali, dass der Stellenabbau bei der Allianz nur ein erster Schritt des noch bevorstehenden massiven Personalabbaus in der deutschen Assekuranz ist, und dass rund ein Viertel der in der Branche Beschäftigten um ihren Arbeitsplatz fürchten müssen. Im Quervergleich mit den Banken scheint mir, dass diese den Versicherungen bei ihren Rationalisierungsprozessen in Deutschland etwas voraus sind, und die Assekuranz nun diesen Rückstand aufholen muss.

Der Stellenabbau ist auch eine Reaktion auf die schrumpfenden Deckungsbeiträge bei den Versicherern. Dabei sind besonders die Schaden- und Unfallversicherer unter Druck, deren Gewinn aus dem Versicherungsgeschäft dieses Jahr laut GDV um 25 Prozent auf 3,3 Milliarden Euro sinken dürfte. Wie Sie wissen, haben wir mit Dr. Schareck und Dr. Schwake zwei ausgewiesene Experten in unserem Vorstand, die sich als GDV-Präsident beziehungsweise Präsidiumsmitglied intensiv mit der Lage der gesamten Assekuranz auseinandersetzen.

Meine Damen und Herren,

zurück zur W&W-Gruppe:

Entscheidend ist für die erfolgreiche Gestaltung der Zukunft, dass die Mitarbeiter, die in der Vergangenheit stets ihr Bestes gegeben haben, die Belegschaftsvertreter und die Vorstände der betroffenen Unternehmen eng und konstruktiv zusammenarbeiten. Dabei ist es Sache der Vorstände, vollständig und überzeugend zu informieren, also die Notwendigkeit und Machbarkeit der Veränderungen plausibel darzulegen und Hilfestellungen hierfür bereit zu stellen.

An die Gewerkschaft appellieren wir, Unternehmen der W&W-Gruppe in ihrer wirtschaftlichen Sondersituation nicht mit anderen finanzstarken Wettbewerbern in einen Topf zu werfen. Wir bitten um Verständnis für die bei uns eingetretene Lage und um Unterstützung für die Schritte, die unbedingt erforderlich sind zur Absicherung der fortbestehenden Arbeitsplätze und für neue Beschäftigung. Wir bitten auch um Honorierung, dass bei uns der Renditeanspruch eher geringer ist.

Dieser Anspruch entspricht nicht mehr und nicht weniger als dem Ertrags- und Risikoprofil unseres Geschäfts. Er ist nicht überzogen und zeigt deshalb, welche Bedeutung bei uns der Teil der Wertschöpfung behält, der unseren Kunden gilt. Auch diese Wertschöpfung für unsere Kunden werden wir über Beratung, Produktnutzung und Service weiter steigern.

Meine Damen und Herren,

die Verschlinkung unserer Unternehmen wird auch dazu führen, dass es künftig jeweils nur ein Kompetenzzentrum in der W&W-Gruppe geben soll, 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 auch hiervon 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 Geschäftsfelder. 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.

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, direkter und schneller miteinander arbeiten. Die Qualität und Effizienz des Steuerungs- und Risikomanagements soll auf Basis der Anforderungen der Finanzkonglomeraterichtlinie erhöht werden. 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 Leistungs- und Kundenorientierung ist in der Unternehmensgruppe die Maxime für jeden.

Das Einstehen für verbindlich vereinbarte Ziele und Verantwortlichkeiten ist 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.

Meine Damen und Herren,

was haben wir in den vergangenen Monaten bereits unternommen, um die Rentabilität der W&W-Gruppe zu verbessern und ihre Zukunft in Unabhängigkeit zu sichern?

Unser Zukunftsprogramm beinhaltet drei Schienen:

- 1) In einem Konzernprojekt wird die strategische Entwicklung der Gruppe voran getrieben. In dieses Projekt fällt auch die Absicht, dass die Obergesellschaft stärker als bisher steuernde Funktionen einnimmt, sich nicht bloß als Finanzholding versteht. Darüber hinaus werden mehr Service-Funktionen im Konzern jeweils an einer Stelle zusammengefasst.
- 2) Die großen Tochtergesellschaften der W&W AG werden ihre eigenen Kostensenkungs- und Effizienzsteigerungsprogramme konsequent fortsetzen und erweitern. Dies geschieht nunmehr vor einem ganzheitlichen Konzernmonitoring, wobei jede Einheit für ihren Teil verbindlich messbar verantwortlich ist.
- 3) Neu haben wir das vertriebsorientierte Querschnittsprojekt "SPRING" auf den Weg gebracht, das zu einem Turn-around im Vertrieb und zur Fokussierung auf rentables und qualitatives Wachstum führen soll. Hier konzentrieren wir die Dynamik für mehr Erfolg im Markt, aus dem Kundenpotenzial und im Wettbewerb.

Meine verehrten Damen und Herren,

der Vertrieb ist der Motor unserer Unternehmen. Insofern ist es nur konsequent, dass wir neu zuerst das Projekt SPRING aufgelegt haben, gestartet am 10. Mai dieses Jahres.

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. 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

SPRING steht damit auch für die Hoffnung und Zuversicht, dass wir alle gemeinsam die Herausforderungen meistern werden.

Fasst man alle bisher eingeleiteten Reformschritte thematisch zusammen, so lassen sich die angestrebten Veränderungen in einem 7-Punkte-Katalog ausdrücken:

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,

im weiteren Verlauf dieses Jahres werden wir Sie, die Journalisten und den Markt, genau darüber informieren, welche Auswirkungen unser Zukunftsprogramm in unserer Gruppe auf die Gewinn- und Verlustrechnung im laufenden Jahr haben wird.

Kleine Anfangserfolge gibt es schon jetzt: Im Jahr 2005 haben wir rund 3.500 Riesterverträge über den Vertrieb der Wüstenrot Bausparkasse abgeschlossen. 2006 liegen wir Mitte Juni bereits bei 5.800 Stück. Dabei haben wir alleine in den vergangenen sechs Wochen 2.600 Verträge absetzen können. Hintergrund für diesen Fortschritt ist unter anderem, dass wir die Beratungs- und

Auftragsunterlagen vereinfacht haben – ein schönes Beispiel dafür, wie Kunden- und Unternehmensinteresse Hand in Hand gehen können. Die Vertriebsleistung im Lebensgeschäft konnten wir in den ersten fünf Monaten dieses Jahres gegenüber dem entsprechenden Vergleichszeitraum des Vorjahres um 30 Prozent steigern.

Meine Damen und Herren,

wir haben in unserem Markt in Deutschland insgesamt gute Chancen: 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 zusätzliche Geschäftsmöglichkeiten kreativ und im Interesse unserer Kunden nutzen. Mit unseren Angeboten für Vermögen, Vorsorge und Versicherung an die Privatkunden und den Mittelstand agieren wir also in Geschäftsfeldern mit Potenzial.

Kommen wir zum Schluss:

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

Wir haben unsere Antworten auf diese Fragen skizziert. Sie wissen nun, dass wir auf einem erfolgversprechenden Weg sind.

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

Meine Damen und Herren,

Sie sehen: Die W&W-Gruppe ist in Bewegung nach vorn. Professionalität, Einsatz und Verbindlichkeit treiben uns im Rahmen eines funktionierenden Mannschaftsspiels, mit Optimismus, Schwung und Leidenschaft.

In unseren Unternehmen arbeiten hervorragende und hoch motivierte Mitarbeiter und Führungskräfte. Diese setzen die große Leistungsfähigkeit der W&W-Gruppe frei, für mehr Wachstum, Effizienz und Erfolg.

Wir würden uns sehr freuen, wenn Sie uns auf diesem Weg mit Ihrer Berichterstattung weiterhin fair, kritisch und konstruktiv begleiten. Und uns, wenn Sie nicht gerade beim Schreiben sind, für unseren Reformkurs beide Daumen drücken.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Wir stehen Ihnen jetzt für Ihre Fragen zur Verfügung.