

# **Jahrespressegespräch der Wüstenrot & Württembergische-Gruppe**

**Rede des Vorstandsvorsitzenden  
Dr. Alexander Erdland**

**5. April 2011**

**Sperrfrist: 5. April 2011, 10 Uhr  
Es gilt das gesprochene Wort.**

## **Inhalt:**

### **1. Begrüßung & Einleitung**

### **2. Rückblick 2010: Die Entwicklung der W&W-Gruppe**

2.1. Ertragslage der W&W-Gruppe

2.2. Die Neugeschäftsentwicklung

2.3. Vertrieb als Motor unserer Unternehmensgruppe

### **3. Rahmenbedingungen für unser Geschäft**

### **4. Voraussetzungen zur Verwirklichung des Vorsorge-Spezialisten**

4.1. Produkte

4.2. Kompetenz

4.3. Service

### **5. Ausblick 2011 – 2012**

5.1. Unser Zukunftsprogramm „W&W 2012“

5.2. Erste Tendenz anlaufendes Geschäftsjahr und Schlussbetrachtung

## 1. Begrüßung & Einleitung

Guten Morgen, meine sehr verehrten Damen und Herren,

ich begrüße Sie ganz herzlich zu unserem Jahrespressegespräch und bedanke mich, dass Sie unserer Einladung so zahlreich gefolgt sind. Das bereits im vergangenen Jahr erprobte, offenere Format eines „Round-Table-Gespräches“ möchten wir auch dieses Jahr fortführen und den Dialog mit Ihnen in den Vordergrund unseres Zusammentreffens stellen.

Heute wollen wir auch vertriebliche Produktfragen in den Mittelpunkt rücken, weswegen neben unserem Finanzvorstand Dr. Jan Martin Wicke auch unser Wüstenrot-Vertriebsvorstand Bernd Hertweck für das Geschäftsfeld BausparBank und Norbert Heinen, Vorstandsvorsitzender der Württembergischen, für das Geschäftsfeld Versicherung dabei sind.

Meine Damen und Herren,

2010 war nicht nur mit Blick auf die Kapitalmärkte, die Finanzmarktregulation und die Konjunktur ein wichtiges Jahr mit entscheidenden Einflüssen auf die Branche. Bei W&W war es zudem der Start in ein neues Drei-Jahres-Programm, nachdem das vorangegangene Restrukturierungsprogramm vor allem mit der Verzehnfachung des durchschnittlichen Konzernergebnisses überaus erfolgreich abgeschlossen wurde. Mit unserem Zukunftsprogramm „W&W 2012“ haben wir es uns zur Maßgabe gemacht, erzielte Erfolge zu sichern, noch vorhandene Rückstände zu verringern und die Potenziale unserer Finanzdienstleistungsgruppe auszubauen. Das Jahr 2011 wird maßgeblich dafür sein, dass wir unsere Ziele 2012 erreichen.

Bitte erlauben Sie mir, ehe wir in die Diskussion einsteigen, Ihnen zunächst einen Überblick über das zurückliegende Geschäftsjahr, unsere Vertriebsleistung und die Ertragsentwicklung der W&W-Gruppe zu geben. Im Anschluss daran werfe ich einen Blick auf die zum Teil geänderten Rahmenbedingungen für unser Geschäft und veranschauliche, welche Konsequenzen wir daraus für uns ableiten. Die Konsequenzen wiederum sind eng verknüpft mit unseren Zielen bis 2012.

## 2. Rückblick 2010: Die Entwicklung der W&W-Gruppe

### 2.1 Ertragslage der W&W-Gruppe

Der Vorsorge-Spezialist Wüstenrot & Württembergische hat sein Gewinnziel 2010 mit einem IFRS-Jahresüberschuss von 188,2 Millionen Euro deutlich übertroffen. Das Ergebnis lag damit weit über dem, was wir uns vorgenommen hatten, und aufgrund unseres Investitionskurses unter dem Vorjahreswert von 222,1 Millionen Euro. Zum Ergebnis des vergangenen Jahres haben beide Geschäftsfelder – BausparBank und Versicherung – entscheidend beigetragen. Dass das Ergebnis im Jahr 2010 um knapp 50 Millionen Euro besser ist als geplant, hängt zum einen mit einer ertragsstarken Neugeschäftsentwicklung zusammen – ich komme gleich darauf zu sprechen – aber auch mit außerordentlichen Faktoren.

Ein wichtiger strategischer Faktor war der Kauf der Allianz Dresdner Bauspar AG, kurz: ADB, im vergangenen Frühjahr zur ersten bilanziellen Auswirkung: Durch das Niedrigzinsniveau waren die Wertpapieranlagen der ADB im Kurs gestiegen. Und da wir diese nach den IFRS-Bewertungsregeln zum Kurswert bei uns einbuchen mussten, bilanzieren wir hier ein außerordentliches Ertragsplus. Dieses Plus haben wir durch eine zusätzliche Reservebildung zur weiteren Stärkung unserer Substanz genutzt. Das heißt: Auch ohne den außerordentlichen Ergebnisbeitrag hätten wir das Planergebnis 140 Millionen Euro übertroffen, trotz der zusätzlichen Investitionen für unser Zukunftsprogramm „W&W 2012“.

Dieses bestätigt die Nachhaltigkeit des Turn-around im Konzernergebnis nach Steuern durch die erfolgreiche Restrukturierung von durchschnittlich 16 Millionen Euro seit Start der W&W bis 2006 auf mehr als das Zehnfache, auf mehr als durchschnittlich 160 Millionen Euro von 2007 bis 2010, trotz globaler Finanz- und Wirtschaftskrise.

Es hat sich übrigens auch gezeigt, dass ein gutes Risikomanagement, wie wir es seit 2006 aufgebaut haben, neben attraktiven Produkten und einem exzellenten Service, ebenso ein zentraler Wettbewerbsfaktor ist. Gerade in der Finanzkrise, die auch eine Vertrauenskrise bedeutet, schauen die Kunden verstärkt auf die Solidität und die Seriosität von Finanzdienstleistern. Auf diesem Feld konnten wir an Reputation gewinnen. Die Menschen vertrauen uns. Sie fragen unsere Produkte verstärkt nach.

Lassen Sie mich an dieser Stelle und in diesen Zeiten ebenso daran erinnern, dass der Turn-around und die erfolgreiche Aufwärtsentwicklung von W&W auch mit der radikalen Trennung von gefährlichen Aktivitäten zusammenhängt, die nichts mit unserem Geschäftsmodell zu tun hatten:

- So haben wir 2007 den Ausstieg aus dem internationalen Erst- und Rückversicherungsgeschäft WürttUK in London vorgenommen; unvorstellbar der Schaden für uns bis heute nicht zuletzt aus der Katastrophe in Japan, wenn wir die Abtrennung nicht durchgeführt hätten.
- Ebenso haben wir bereits vor der Finanzmarktkrise Abstand genommen:
  - von großen Immobilienfinanzierungen und von inkongruent refinanziertem Staatsdirektgeschäft der Wüstenrot Bank, was andere Hypothekenbanken ins Wanken gebracht hat.
  - sowie von weiteren zersplitterten Auslandsaktivitäten.
- Unser einziges Konzernengagement mit Kundengeschäft im Ausland ist Wüstenrot Tschechien, wo wir auch unser Zielbild als Der Vorsorge-Spezialist umsetzen, bereits mit schönen Anfangserfolgen.

## 2.2. Die Neugeschäftsentwicklung

Die W&W-Gruppe hat 2010 im Neugeschäft praktisch über alle Produktparten hinweg zugelegt.

### Geschäftsfeld BausparBank

Beim Bausparen wuchs unser Brutto-Neugeschäft in Deutschland um 33,5 Prozent auf den Rekordwert von 14,7 Milliarden Euro. Zum Ergebnis hat die ehemalige Allianz Dresdner Bauspar AG rund 2,7 Milliarden Euro beigetragen. Zum Vergleich: Die Branche wuchs nach Bausparsumme um 10,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Übrigens: Seit dem Beginn des Restrukturierungskurses im Jahr 2006 konnte das Bausparneugeschäft von Wüstenrot praktisch verdoppelt werden. Mit einem Marktanteil von 13,9 Prozent ist Wüstenrot heute die klare Nummer zwei unter allen Bausparkassen in Deutschland.

Gut unterwegs war Wüstenrot auch beim Vertrieb von Wohn-Riester. 2010 konnten insgesamt 50.000 Verträge mit einer Brutto-Bausparsumme von rund 1,5 Milliarden Euro abgeschlossen werden. Dies ist im Vergleich zu 2009 eine Steigerung bei der Stückzahl um 160 Prozent und in der Bausparsumme um 104 Prozent. Mit ein Grund hierfür waren sicher auch die Produkt-Auszeichnungen von „Stiftung Warentest“, „Focus Money“ und „Öko-Test“.

In der Baufinanzierung erzielte die W&W im Inland inklusive der ADB für die eigenen Bücher im Neugeschäft ein Wachstum von 10,6 Prozent auf 5,6 Milliarden Euro. Im Gesamtmarkt entwickelte sich das Neugeschäft in der Wohnungsfinanzierung hingegen rückläufig. Es wurden 5,2 Prozent weniger Wohnungsbaukredite in Anspruch genommen als im Vorjahr. Somit können wir auch in diesem Segment Marktanteile hinzugewinnen.

### Geschäftsfeld Versicherung

Insbesondere in der Schaden- und Unfallversicherung verzeichnete die W&W ebenso Zugewinne. Die gebuchten Bruttobeiträge stiegen um 1,9 Prozent auf 1,3 Milliarden Euro. Damit liegen wir auch hier besser als die Branche, die nur ein Plus von 0,7 Prozent erreichte. Beim Neugeschäft haben wir mit 195 Millionen Euro fast exakt unsere Vorgaben erfüllt. Es erhöhte sich um 6,2 Prozent.

Zu den Personenversicherungen: Im Lebensversicherungsgeschäft erzielte die W&W nach HGB einen Zuwachs von 4,3 Prozent auf einen gebuchten Bruttobeitrag von 2,4 Milliarden Euro. In diesem Segment kam die Branche auf einen Zuwachs von 7,1 Prozent, zum Teil über ein riskant betriebenes Einmalbeitragsgeschäft, das die Württembergische so nicht zugelassen hat. In der Krankenversicherung konnte der gebuchte Bruttobeitrag nach HGB um 11,6 Prozent auf 124,4 Millionen Euro erhöht werden. In der Branche erhöhten sich die Beiträge um 5,8 Prozent auf 33,3 Milliarden Euro. Unser Neugeschäft lag trotz schwieriger Rahmenbedingungen mit einem Jahresneubeitrag von 16,5 Millionen Euro um 1,2 Prozent über dem Vorjahresniveau.

Die Einlagen unserer Kunden bei der Wüstenrot Bank stiegen um 6,6 Prozent auf 3,3 Milliarden Euro, das gegenüber 2006 eine Verdoppelung bedeutet.

### 2.3 Vertrieb als Motor unserer Unternehmensgruppe

Die guten Neugeschäftszahlen sind vor allem ein Erfolg unserer Außendienste, der Hauptstütze unseres Vertriebs. So hat beispielsweise alleine der Außendienst der Württembergischen 900 Millionen Euro Brutto-Bausparsumme zum Bausparneugeschäft beitragen können. Das ist das beste Resultat, das je ein Versicherungsaußendienst erzielt hat und zugleich ein Zeichen, dass sich unsere Cross-Selling-Anstrengungen mehr und mehr auszahlen. Produktionssteigerungen über alle vier Vorsorge-Bausteine – Absicherung, Wohneigentum, Risikoschutz und Vermögensbildung – zeigen, dass unsere rund 6000 Außendienstpartner die für uns wichtigste Verbindung zu den Kunden darstellen.

Neben unseren Außendiensten haben wir seit der Restrukturierung einen neuen großen Multikanalvertrieb aufgebaut, von dem wir uns vor allem in Zukunft noch große Potenziale versprechen. Ganz besonders die jüngsten Partner, die wir durch die Übernahmen der Vereinsbank Victoria Bauspar AG 2009 und der Allianz Dresdner Bauspar AG 2010 hinzugewonnen haben, eröffnen Wüstenrot großartige Perspektiven: Rund 1.200 Commerzbank-Filialen, über 10.000 hauptamtliche Allianz-Berater sowie rund 170 Filialen der Oldenburgischen Landesbank in der Region Weser-Ems bieten jetzt Wüstenrot-Bausparprodukte an. Hinzu kommen die 600 HypoVereinsbank-Filialen (HVB) und die Vertriebsorganisation der Unternehmen der ERGO-Versicherungsgruppe mit 13.000 Vermittlern. Der Vertriebsweg HVB und ERGO war im Gesamtjahr 2010 bereits ausschließlich mit Wüstenrot-Produkten unterwegs und konnte hier ein Plus von 38 Prozent im Vergleich zum Vorjahr verbuchen. Insgesamt kann die W&W-Gruppe gemeinsam mit ihren Partnern inzwischen weit über 40 Millionen potenzielle Kunden in Deutschland erreichen.

Die überaus positive Neugeschäftsentwicklung wäre aber auch nicht möglich gewesen, wenn wir die erforderlichen Strukturen in der Verarbeitung, im Innendienst, nicht besäßen. Nur durch den engen Schulterschluss von Innen- und Außendienst konnte es beispielsweise gelingen, dass wir den Vertrieb von Wüstenrot-Produkten bei unseren neuen Kooperationspartnern Commerzbank und Allianz punktgenau starten konnten. Hier freuen wir uns über eine in kurzer Zeit erfolgreich vollzogene Einbindung von zwei Bausparkassen mit ihren Mitarbeitern und Partnern.

### 3. Rahmenbedingungen für unser Geschäft

Um Ihnen unsere strategischen Ziele für 2011 verständlich zu machen und auch, um Ihnen eine valide Prognose für unsere künftige Geschäftserwartung geben zu können, ist es notwendig, zunächst eine kurze Einordnung unseres Geschäftsmodells in die vorhandenen Rahmenbedingungen vorzunehmen.

Die W&W-Gruppe steht in einem Spannungsverhältnis zwischen konjunkturellen und kapitalmarktbedingten Faktoren, verschärften regulatorischen Anforderungen und langfristigen Trends, die sich auf das Verhalten der Kunden auswirken.

Zu den konjunkturellen und kapitalmarktbedingten Faktoren: Ein zentrales Thema, dem wir uns gegenübersehen, ist die lang andauernde Niedrigzinsphase. Dies stellt überall dort eine Herausforderung dar, wo längerfristige Garantieverprechen an Kunden gegeben werden. Insbesondere in der Lebensversicherung ist dies eine fundamentale Herausforderung, wenn

wir sehen, dass zurzeit ein mittleres Garantiezinsniveau von rund 3,5 Prozent durch die Branche versprochen ist.

Aber dieses Niedrigzinsumfeld birgt nicht nur Risiken, es hält auch Chancen für uns bereit. Niedrige Zinsen, verbunden mit konjunktureller Erholung sowie guten Perspektiven auf dem Arbeitsmarkt, führen dazu, dass sich mehr Kunden für die Finanzierung einer Immobilie entscheiden. In der Baufinanzierung also ist dieses niedrige Zinsniveau eine Chance, von der wir als W&W-Gruppe partizipieren wollen. Getrieben wird die Baufinanzierungskonjunktur auch von Inflationsängsten, von Investitionen für mehr Energieeffizienz sowie von generellem Umbau- und Modernisierungsbedarf. Die gute Konjunktur und der momentane Reallohnanstieg werden es grundsätzlich mehr Menschen ermöglichen, finanziell vorzusorgen. Auch Unternehmen mit Umsatzzuwächsen erhöhen ihren Versicherungsschutz.

Zu den verschärften regulatorischen Anforderungen: Die Regulatorik betrifft zum einen die Seite des Verbraucherschutzes. Wenngleich wir keine Produkte im Portfolio haben, die im Zuge der Finanzkrise in Verruf geraten sind, so müssen und werden wir als Finanzdienstleister sorgsam alle Verbraucher- und Datenschutzbestimmungen, die zum großen Teil Folge der weltweiten Verwerfungen sind, sorgsam umzusetzen. Wir tun das nicht zuletzt für den Erhalt der guten Reputation unseres Unternehmens. Hinzu kommen zum anderen die verschärften Kapitalanforderungen aus Solvency II für Versicherungsunternehmen und Basel III für Banken, die eine höhere Unterlegung unseres Geschäfts mit Eigenkapital verlangen. Einher gehen neue Bilanzierungsstandards, erhöhte Berichts- und Dokumentationspflichten sowie zusätzliche unmittelbare Belastungen von der Bankenabgabe über den Aufbau der europäischen Einlagesicherung bis zu der bereits vom Bundeshaushalt eingeplanten Transaktionssteuer. Die Zunahme der regulatorischen Anforderungen bindet nicht nur zusätzliche Ressourcen, sie führt auch unmittelbar zu einem Anstieg interner Kosten und zu einer veränderten Profitabilität.

Zu langfristigen Trends: Zusätzliche finanzielle Vorsorge wird auch durch die demographische Entwicklung, die älter werdende Gesellschaft, ausgelöst, verbunden mit dem medizinischen Fortschritt.

Ein weiterer Trend, auf den ich hier eingehen möchte, ist die steigende Notwendigkeit, unsere Wirtschaft und unser Verhalten unter dem Gesichtspunkt der Energieeffizienz nachhaltig umzubauen. Dies nicht nur vor dem Hintergrund der derzeitigen Diskussion um die Zukunft der Atomkraft in unserem Land und die daraus resultierenden Folgen. Vielmehr geht es um den Klimawandel, die globale Erwärmung auf unserem Planeten. Ein Thema, das uns sehr am Herzen liegt.

*Ein Hauptursache für den Klimawandel ist die Verstärkung des Treibhauseffektes durch menschliches Einwirken, durch das Verbrennen fossiler Brennstoffe, die zu einem Anstieg des Co<sup>2</sup>-Ausstoßes führt. Neben der Industrie sind die Privathaushalte maßgeblich für die Entwicklung mit verantwortlich. Heute entfallen auf den Gebäudebereich rund 40 Prozent des deutschen Energieverbrauchs und 20 Prozent des klimaschädlichen Co<sup>2</sup>-Ausstoßes. Zudem verbrauchen private Haushalte rund 85 Prozent des Energiebedarfs allein für Heizung und Wasser.*

*Die Bundesregierung hat ein Energiekonzept erarbeitet, das bis 2050 einen nahezu klimaneutralen Gebäudebestand in unserem Land vorsieht. Dieses Ziel ist sehr ehrgeizig, immerhin gilt es über 18 Millionen Wohngebäude und 1,5 Millionen sonstige Gebäude – wie etwa Bürogebäude, Geschäfts- und Verwaltungsgebäude – zu Null-Emissionshäusern umzubauen. Um das zu erreichen, müssen jährlich mehr als doppelt so viele Häuser energetisch saniert werden wie bisher.*

*In den nächsten zehn Jahren will die Bundesregierung den Wärmebedarf um 20 Prozent reduzieren. Bis 2050 soll der Primärenergiebedarf in der Größenordnung von weiteren 80 Prozent gesenkt werden. Parallel dazu soll der Anteil der erneuerbaren Energien an der Wärmeerzeugung deutlich steigen.*

*Diese Vorgaben der Politik in die Praxis umzusetzen, stellt alle – Eigentümer, Architekten, Handwerker und Finanzierungsinstitute – vor gewaltige Herausforderungen.*

*Wichtig ist mir aber, dies möchte ich an dieser Stelle ausdrücklich betonen, dass die Kosten der Sanierung eines Einfamilienhauses den Normalverdiener nicht überfordern dürfen. Wenn das Haus als Altersvorsorge gedacht ist, darf es nicht dazu kommen, dass die Eigentümer es wegen staatlicher Sanierungsaufgaben verkaufen müssen.*

*Wer seine Immobilie energetisch saniert, profitiert davon erst nach und nach. Das heißt, eine Amortisation der Investitionen setzt oft erst dann ein, wenn die Eigentümer schon in fortgeschrittenem Alter sind. Daher sind bei größeren Sanierungssummen zusätzliche staatliche Anreize erforderlich, die dafür sorgen, dass sich die Investition für den Eigentümer schneller rechnet. Dies ist auch vor dem Hintergrund zu sehen, dass der durchschnittliche Wohnungseigentümer in Deutschland beim Erwerb 40 Jahre alt ist und Renovierungen und Modernisierungen erst einige Jahre nach dem Kauf begonnen werden.*

*Die KfW-Förderprogramme „Energieeffizientes Bauen“ und „Energieeffizientes Sanieren“ mit zinsgünstigen Krediten und Zuschüssen sind Beispiele für solche Fördermodelle. Allerdings darf es nicht sein, dass Kreditprogramme gestoppt werden, weil Kontingente ausgeschöpft sind und die Regierung keine weiteren Mittel bewilligt, wie in der Vergangenheit geschehen. Finanzierer benötigen Planungssicherheit bezüglich der Fördermittel. Zudem sehen wir auch, dass sich die Länder von der Wohnungsbauförderung immer mehr zurückziehen.*

*Die Kunden benötigen stattdessen staatliche Investitionsanreize in deutlich erhöhtem Umfang und Fördersicherheit für heutige und zukünftige Finanzierer, und dies über die nächsten Jahrzehnte hinweg. Auch würden wir es begrüßen, wenn nicht alle Fördermaßnahmen über die staatlichen Förderprogramme und die Landesförderbanken laufen würden, sondern auch wir öffentliche Zuschüsse für kreditfinanzierte Energieeffizienz- und Klimaschutzmaßnahmen den Kunden bereitstellen dürften. Diese wäre auch im Sinne der Wettbewerbsgegebenheiten mehr als gerecht.*

*Für unseren Konzern bietet das Thema Klimawandel und der Umbau unserer Wirtschaft und unseres Handelns unter dem Gesichtspunkt der Energieeffizienz und des Klimaschutzes große Chancen und Neugeschäftspotenziale. So rechnen die Spitzenverbände der Immobilienwirtschaft insgesamt mit Gesamtkosten bis zu 2,6 Billionen Euro allein im Wohnbereich. Von unseren rund 6 Millionen Konzernkunden sind fast zwei Drittel Immobilienbesitzer. Die-*

*se müssen ihr Haus, ihre Wohnung energetisch nachrüsten und benötigen dafür die entsprechenden Finanzierungsmittel.*

*Mit unserem Bausparvertrag und unseren vielfältigen Finanzierungsmodellen haben wir bereits die entsprechenden Produkte zur Ansprache unserer Kunden und von Interessenten. Speziell der Bausparvertrag ist als kombiniertes Spar- und Darlehensprodukt zur Finanzierung von Renovierungs- und Modernisierungsmaßnahmen hervorragend geeignet. Der Kunde sorgt vor und sichert sich bereits heute die Zinsen bis zur vollständigen Darlehenszurückzahlung. Mit unserer Zuschussberatung, auf die ich später nochmals zu sprechen komme, haben wir ein hervorragendes Instrument, das dem Kunden „echte“ Vorteile bietet.*

#### **4. Voraussetzungen zur Verwirklichung des Vorsorge-Spezialisten**

Als Vorsorge-Spezialist ist es über diese Trends hinaus unser Anspruch, dem Kunden einen echten Mehrwert zu bieten, uns abzuheben vom Wettbewerb. Dies betrifft zum einen die Produkte rund um das Thema private finanzielle Vorsorge, es betrifft die Beratung vor Ort und es betrifft die Qualität unseres Services. Alle drei Bereiche sind von gleich großer Bedeutung und müssen ineinander greifen.

##### **4.1 Produkte**

Unser Anspruch ist es, erster Ansprechpartner für die Kunden in allen Fragen der finanziellen Vorsorge zu sein. Im Fokus stehen dabei vier geschäftsfeldübergreifende Bausteine der modernen Vorsorge: Absicherung, Vermögensbildung, Wohneigentum und Risikoschutz.

Dieser übergreifende Ansatz ermöglicht dem Kunden beispielsweise die Finanzierung einer Immobilie per Hypothekendarlehen und Bausparvertrag. Gleichzeitig kann er sein Eigenheim bei W&W versichern oder auch seine Altersvorsorge mit Produkten aus dem W&W-Konzern planen. Gerade die W&W-Kernprodukte – das Bausparen, die Baufinanzierung, die Kompositversicherung und die klassische Lebensversicherung – haben sich in der Finanzkrise als sichere Anlage- und Risikoschutzprodukte bewährt.

Neben unseren beliebten und bewährten Standardprodukten, die ich gerade nannte, entwickeln wir spezielle Angebote und Tools, die den Vorsorge-Spezialisten für unsere Kunden in besonderem Maße erlebbar machen:

- Ein aktuelles Beispiel, das speziell für uns als Vorsorge-Spezialist stehen soll, ist die *Wüstenrot-Zuschussberatung*. Bauherren oder Immobilienbesitzer haben oft keinen Überblick mehr, in welchen Bereichen staatliche Förderungen für energetische Sanierungsmaßnahmen in Anspruch genommen werden können. Wir lichten diesen Förder-Dschungel für unsere Kunden, indem wir ihnen eine kostenlose Zuschussberatung anbieten. Diese Beratung steht allen offen, die wissen wollen, ob und wie sie vom Staat gefördert werden können, wenn sie ihre Immobilie energetisch sanieren. Zuzüglich regionaler Fördergelder ergeben sich für den Kunden je nach Bundesland so bis zu 22.000 Euro an Zuschüssen. Darüber hinaus geben die Wüstenrot-Fachleute Ratschläge, wie geplante Baumaßnahmen am besten gestaltet werden,

um die Förderungen bestmöglich nutzen zu können, und bereiten die entsprechenden Förderanträge soweit vor, dass sie praktisch unterschriftsreif sind.

## 4.2 Kompetenz

Die richtigen Produkte sind ein wichtiger Faktor, doch ebenso wichtig ist die kompetente Beratung. Von unseren Außendienstpartnern im Vertrieb verlangen wir daher, dass sie (auch im Sinne eines erfolgreichen Cross-Sellings) keine reinen Produktverkäufer sind, sondern Kundenmanager, die produktübergreifende und bedarfsgerechte Lösungen anbieten können. Lassen Sie mich auch hier kurz einige Beispiele nennen:

- Die W&W-Vorsorge-Beratung ermöglicht den Außendienstpartnern von nun an eine ganzheitliche Beratung der Kunden. Aktuell läuft die Einführung in der Breite.
- Über die Uni Passau bieten wir unseren Außendienstpartnern eine praxisnahe Weiterbildung zum Zertifizierten Vorsorge-Spezialisten an. Die Absolventen zeichnet eine hohe Kompetenz in allen Bereichen des Vermögensmanagements und der Altersvorsorge aus.
- Neu bei der Württembergischen ist der Fachberater Bausparen/Finanzierung (FBF), der Erfahrung in der Akquisition und vertieftes Wissen im Bausparen und in der Finanzierung besitzt. Er coacht und unterstützt zugeordnete Versicherungsagenturen.
- Und auch bereits in der Grundausbildung steht die bedarfsgerechte, vollumfängliche Beratung des Kunden im Fokus. Mit der bestandenen Prüfung vergeben wir das interne Qualitätssiegel „Vorsorge-Spezialist“.

## 4.3. Service

Attraktive, verständliche Produkte und eine kompetente, umfassende Beratung laufen ins Leere, wenn wir unseren Kunden nicht auch einen exzellenten Service anbieten können.

Seit Ende letzten Jahres gibt es in der W&W-Gruppe ein einheitliches Anliegen- und Beschwerdemanagement. Ziel ist es dabei nicht, die Anzahl der Beschwerden zu senken, sondern die Unzufriedenheitsfaktoren. Dafür wiederum liefern uns Kundenanliegen wichtige Anhaltspunkte.

Unabhängige Kundenumfragen bestätigen, dass wir mit unseren Bestrebungen auf einem richtigen Weg sind. Im Rahmen der KUBUS-Studie erzielt die Württembergische als Service-Versicherer seit Jahren Bestnoten. Und trotz der Ihnen bekannten Probleme, die wir zum Teil in der Kreditbearbeitung haben, erreicht auch Wüstenrot sehr hohe Kundenzufriedenheitswerte. Laut einer Umfrage der Bild-Zeitung zu Jahresbeginn lag unsere Bausparkasse mit 72,2 Prozent Zufriedenheit gemeinsam mit der Debeka auf Platz Eins.

Wir wissen: Es ist letztlich auch die hohe Kundenzufriedenheit, die uns das hervorragende Neugeschäft beschert hat. Damit dies so bleibt und wir auch weiteres Wachstum ohne Abstriche beim Service bewältigen können, haben wir uns für die Gründung der W&W Produktion GmbH (WWP) in Berlin entschieden. Insbesondere die wieder erstarkte Attraktivität von Wüstenrot hat dazu geführt, dass wir die Bearbeitung von Kreditgeschäft an externe Dienstleister geben mussten. Mit der WWP verfügen wir nun über unser eigenes Kreditwerk. Wir sind von nun an nicht nur ein gutes Stück weit unabhängiger von Wettbewerbern, deren Hilfe wir eine Zeitlang in Anspruch

nehmen mussten, sondern wir haben jetzt die Möglichkeit, künftige Bedarfe wesentlich besser planen zu können, und haben direkten Einfluss auf die Bearbeitungs- und Servicestandards.

In nur wenigen Monaten ist es uns gelungen, diesen neuen Standort im Stadtteil Reinickendorf komplett neu aufzubauen und dort gute, unbefristete Arbeitsplätze zu schaffen. Die hohe Zahl und vor allem auch die Qualität der Bewerbungen haben uns gezeigt, dass die Wahl von Berlin eine gute war. Die ersten der 80 neuen Kolleginnen und Kollegen haben Anfang letzten Monats schon mit der Bearbeitung von Fällen begonnen und werden uns jetzt in der Bausparfrühjahrssoffensive spürbar entlasten. Unsere Stammebelegschaft ist vom Aufbau des neuen Standortes im Übrigen nicht betroffen. Es werden auch künftig keine Arbeitsplätze nach Berlin verlagert.

## 5. Ausblick 2011 – 2012

### 5.1 Unser Zukunftsprogramm „W&W 2012“

Der Blick auf die positiven Ergebnisse des zurückliegenden Geschäftsjahres bestätigt die Richtigkeit unseres Kurses. Ich habe darüber hinaus versucht, Ihnen deutlich zu machen, wo wir auch in Zukunft Investitionen tätigen müssen, um hinsichtlich der „Mega-Trends“ und externen Rahmenbedingungen – aber insbesondere auch mit Blick auf die Verwirklichung des Vorsorge-Spezialisten – gerüstet zu sein.

Es gilt aber gleichfalls, den Blick nach innen zu richten: Wo haben wir noch Rückstände im Vergleich zum Wettbewerb? Damit kommen wir auf noch vorhandene Kostennachteile.

Mit „W&W 2012“, der Fortsetzung unseres vorangegangenen Restrukturierungsprogramms „W&W 2009“, betrachten wir auch diese Aspekte und haben einen ganzheitlichen Blick auf die Unternehmensgruppe. Im Zentrum steht dabei das Ziel, ab 2012 ein nachhaltiges Ergebnis von 250 Millionen Euro nach Steuern zu erreichen. Die dafür notwendigen zusätzlichen Ergebnisbeiträge sind etwa gleichgewichtig auf die Geschäftsfelder verteilt.

Die 250 Millionen Euro wurden abgeleitet aus den verschärften Kapitalanforderungen und der Dividendenerwartung unserer Eigentümer. Die verschärfte Regulation trifft die W&W-Gruppe als Finanzkonglomerat mit all ihrer Härte, da wir mit unseren beiden Geschäftsfeldern Versicherung und BausparBank sowohl die Anforderungen aus Solvency II als auch aus Basel III zu erfüllen haben. So benötigen wir im Rahmen des erforderlichen Kapitalaufbaus aus dem jeweiligen Jahresergebnis rund 100 Millionen für die zusätzliche Kapitalunterlegung des Bestandes. Zusätzliche 70 Millionen Euro dienen der Unterlegung des geplanten Wachstums und weitere 30 Millionen Euro benötigen wir als Puffer gegebenenfalls auch, um am Markt handlungsfähig zu bleiben, sollte sich ein interessanter Zukauf ergeben. So wie wir bereits in der Vergangenheit die Chancen beim Kauf der VVB und ADB nutzen konnten. Die verbleibenden 50 Millionen Euro stellen das jährliche Dividendenangebot dar.

„W&W 2012“ ist primär kein Sparprogramm, sondern ein Wachstumsprogramm. Wir wollen weiter wachsen, und dazu werden wir auch weiter investieren: in werthaltiges Wachstum, in Produktivität und Serviceeffizienz, in zukunftsfähige Produkte, in unsere Außendarstellung und in unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Wir legen einen hohen Stellenwert auf die Aus- und Weiterbildung im Innen- und Außendienst, auf die Förderung von Talenten, auf die Unterstützung von Leistungsträgern. Wir sind überzeugt davon, mit dem Programm „W&W

2012“ auf dem richtigen Weg zu sein und damit einen ebenso wichtigen wie notwendigen Beitrag zur Zukunftsfähigkeit unserer Unternehmensgruppe zu leisten. Wir schaffen damit die Voraussetzungen, dass wir langfristig unabhängig bleiben und unseren Kunden als „Der Vorsorge-Spezialist“ einen echten Mehrwert bieten.

## **5.2 Erste Tendenz anlaufendes Geschäftsjahr und Schlussbetrachtung**

Die W&W-Gruppe ist erfolgreich in das laufende Geschäftsjahr gestartet. Dies belegen die ersten, noch nicht testierten Zahlen für die ersten beiden Monate Januar und Februar.

Im Geschäftsfeld BausparBank profitieren wir weiter vom Wiedererstarken der Marke Wüstenrot. So stieg das Bauspar-Brutto-Neugeschäft um 19,7 Prozent auf 2,4 Milliarden Euro. Bei beiden Werten ist die ADB enthalten. Positiv ist die Entwicklung auch in der Baufinanzierung mit einem Neugeschäft für unsere Bücher von 796,6 Millionen Euro im Vergleich zu 589,8 Millionen Euro in den ersten beiden Monaten des Vorjahres. Das entspricht einem Plus von rund 35 Prozent.

Zum Geschäftsfeld Versicherung: In der Schaden- und Unfallversicherung stiegen die gebuchten Bruttobeiträge in diesem Zeitraum um 3,6 Prozent auf 562,7 Millionen Euro an. Mit temporären leicht negativen Vorzeichen hingegen präsentiert sich das Lebensversicherungsgeschäft, wo wir in den ersten beiden Monaten einen Rückgang der gebuchten Bruttobeiträge um 14,7 Prozent auf 395,6 Millionen Euro hinnehmen müssen. Der Rückgang ist auch vor dem Hintergrund eines schwächeren Einmalbeitragsgeschäfts und der negativen öffentlichen Diskussion um die Absenkung des Garantiezinses und der Überschussbeteiligung zu sehen.

Für das laufende Jahr strebt die W&W-Gruppe in der Baufinanzierung wie auch in der Schaden- und Unfallversicherung weiterhin Wachstum über dem Branchenschnitt an. In der Lebensversicherung wird der Produktmix - mit Blick auf Solvency II - verändert und deswegen der Wachstumsanspruch ein Stück variiert.

Soweit die Ausführungen für 2011 in Kürze. Ich bin überzeugt: Wir sind auf dem richtigen Weg. Wir haben einen ergiebigen Markt, wir haben klare strategische Vorgaben und wir haben die Stärke als Vorsorge-Spezialist nicht nur einmalig in dieser Form zu sein, sondern dem Kunden auch einen echten Mehrwert zu bieten.

Meine sehr verehrten Damen und Herren,

ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit und freue mich nun gemeinsam mit meinen Kollegen aus dem Vorstand auf die Diskussion mit Ihnen.