

**Virtuelle ordentliche
Hauptversammlung der
Wüstenrot & Württembergische AG**

Ausführungen von

Jürgen A. Junker

Vorsitzender des Vorstands (CEO)

Donnerstag, den 20. Mai 2021

Es gilt das gesprochene Wort!

1. Begrüßung

Guten Tag, sehr geehrte Aktionärinnen, sehr geehrte Aktionäre, meine sehr verehrten Damen und Herren,

ich begrüße Sie herzlich zur ordentlichen Jahreshauptversammlung der W&W AG. Es ist bedauerlicherweise das zweite Mal, dass wir virtuell via Videokonferenz zusammenkommen, weil die Umstände, die Sie alle kennen, es erfordern. Ich hoffe jedoch sehr, dass wir uns im Jahr 2022 wieder persönlich begegnen können. Zu den Erkenntnissen dieser Krise gehört, dass die moderne digitale Kommunikation ein Segen ist, damit Menschen in Kontakt bleiben können. Sie kann dennoch das persönliche Gespräch, den direkten Kontakt nicht ersetzen.

2. Resümee 2020 und Status quo

Meine Damen und Herren,

die W&W-Gruppe ist bisher sehr gut durch die **Corona-Krise gekommen und befindet sich weiterhin auf Erfolgskurs**. Der vor vier Jahren gestartete Aufbruch unserer Gruppe wirkt und zahlt sich aus. Alle wesentlichen Parameter stehen deutlich auf Grün.

Dies zeigen die Kennzahlen des vergangenen Geschäftsjahres, der bisherige Geschäftsverlauf 2021, die strategischen Fortschritte beim Wandel unserer Gruppe und auch die Resonanz, die wir aus dem Markt erhalten – nicht zuletzt von unseren Kundinnen und Kunden. Konkret bedeutet das:

- Wir haben trotz der Belastungen durch die Pandemie und anhaltend hoher Investitionen in Zukunfts- und Wachstumsinitiativen **unser hohes Ertragsniveau gehalten**. Das Nachsteuerergebnis des W&W-Konzerns lag im vergangenen Jahr mit 210,8 Millionen Euro nur knapp unter der Zielspanne von 220 bis 250 Millionen Euro, die wir nachhaltig, also auch in der mittel- und langfristigen Perspektive, anstreben.

- Gleichzeitig haben wir auch unser hohes **Investitionsniveau** gehalten. Es sichert uns gute Ausgangspositionen für die Zukunft. In der Corona-Krise hatte sich übrigens gezeigt, wie sehr es sich auszahlt, dass wir frühzeitig in unseren digitalen Aufbruch investiert haben.
- Wir haben 2020 **ein gutes Neugeschäft** verzeichnet und weitere Marktanteile gewonnen, und zwar sowohl im Geschäftsfeld Wohnen als auch bei den Versicherungen.
- Wir haben den **Kontakt zu unseren Kundinnen und Kunden** gerade in dieser Zeit der ökonomischen Unsicherheiten und Marktvolatilitäten in vielen Fällen sogar intensiviert. Viele haben dies positiv wahrgenommen und uns ein entsprechendes Feedback gegeben.
- Und schließlich: Wir haben trotz der Krise **keine Abstriche an unseren strategischen Zielen** beim Umbau der W&W-Gruppe gemacht und alle Initiativen weiterverfolgt. Deshalb haben wir erneut in erheblichem Umfang in neue Produkte, in digitale Prozesse und Technologien und auch in die Aus- und Fortbildung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter investiert.

Corona wirkte wie ein unangekündigter **Belastungstest**, den unser Unternehmen mehr als gut bestanden hat. Wir sind durch die Veränderungen der vergangenen Jahre agiler, flexibler und kundennäher geworden. Wäre dies nicht der Fall, hätten wir die neuen Herausforderungen nicht so gut meistern können. Wir werden diese **Widerstandsfähigkeit** in den kommenden Jahren brauchen, auch und gerade, wenn die Pandemie abflaut.

3. Dank an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Der Umgang mit der Krise zeigt, wie sehr unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter den **Wandel unserer Gruppe hin in eine digitale Zukunft** bereits verinnerlicht haben. Ich habe in den vergangenen Jahren regelmäßig über die Philosophie dieses Wandels gesprochen,

- darüber, dass die W&W-Gruppe neue Wege gehen muss und keine Angst vor Fehlern haben darf,
- darüber, dass alles, was wir tun, konsequent vom Kunden her zu denken und zu organisieren ist
- und darüber, dass wir alle an uns den Anspruch stellen müssen, jeden Tag ein kleines Stück „besser“ zu werden.

Dass dieser Kulturwandel Früchte trägt, zeigte sich bei der **Umstellung vieler Tätigkeiten auf Home-Office und mobiles Arbeiten** nach dem Ausbruch des Virus. Zeitweilig haben rund 80 Prozent unserer Konzernbelegschaft von zu Hause aus gearbeitet. Eine solche spontane organisatorische Veränderung ist bei 13.000 Menschen, die im Innen- und Außendienst unserer Gruppe tätig sind, ein Kraftakt, den man nicht unterschätzen sollte. Natürlich braucht es dafür auch die richtigen Tools und die Fähigkeit, damit effizient umzugehen. Nur durch unsere Transformation und die damit verbundenen hohen Investitionen in die Digitalisierung der Prozesse sowie in die Aus- und Weiterbildung der Belegschaft hatten wir die richtigen Werkzeuge für diese Ausnahmesituation.

Wichtiger ist aber: Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, egal, ob sie in direktem Kundenkontakt stehen oder in der Marktfolge tätig sind, haben sich schnell umgestellt und diese Herausforderung angenommen – ohne dass die Kundenkontakte gelitten und die Betriebsabläufe gestört worden wären. Das hat massiv geholfen, um in der Krise **Kurzarbeit oder sogar einen Stellenabbau zu vermeiden**.

Allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern möchte ich für ihr großes Engagement und ihre beispielhafte Flexibilität im Namen meiner Vorstandskollegen und des Aufsichtsrats sehr herzlich danken. Sie können stolz auf das sein, was sie vergangenes Jahr in einem alles andere als einfachen Umfeld erreicht haben.

4. Geschäftsentwicklung 2020 – wichtige Kennzahlen

Meine Damen und Herren,

ich komme zum Jahresabschluss 2020 und werde den Überblick zum Zahlenwerk wie immer knapp halten. Weitergehende Informationen finden Sie in unserem ausführlichen und informativen Geschäftsbericht.

- Der **Konzern-Jahresüberschuss** belief sich auf sehr solide 210,8 Millionen Euro. Er erreichte damit trotz Corona, volatiler Märkte und Konjunkturrückgang und trotz erheblicher Zusatzkosten unter anderem für die schnelle Anschaffung von technischem Equipment zum mobilen Arbeiten fast die Zielspanne von 220 bis 250 Millionen Euro. Gegenüber dem Vorjahreswert von 249,1 Millionen Euro errechnet sich ein moderater Rückgang um 15,4 Prozent.
- Erfreulich ist weiterhin die Entwicklung der **Verwaltungsaufwendungen**, die 2020 mit 1,01 Milliarden Euro um rund 66 Millionen Euro unter dem Vorjahreswert blieben. Das ist in hohem Maße auf unser fortgesetztes konsequentes Kostenmanagement zurückzuführen. Teilweise ergaben sich auch coronabedingt Einsparungen, etwa in Form geringerer Reise-, Schulungs- und Veranstaltungsaufwendungen sowie bei Beratungskosten.
- Eine weitere wesentliche Position in unserer Gewinn- und Verlustrechnung ist bekanntlich das **Finanzergebnis**. Es verringerte sich auf 1,81 Milliarden Euro, das sind 541 Millionen Euro weniger als 2019. Dies ist zum einen auf die im ersten Halbjahr verzeichneten Marktverwerfungen infolge der Corona-Pandemie und zum anderen auf das vergleichsweise hohe Bewertungsergebnis im Vorjahr zurückzuführen.

5. Performance der Geschäftsfelder

In allen Geschäftsfeldern konnten wir zum Teil signifikante Zuwächse erreichen. Werfen wir zunächst einen Blick auf das **Geschäftsfeld Wohnen**:

- In der **Baufinanzierung** erzielten wir 2020 einen Zuwachs um 6,2 Prozent auf 6,69 Milliarden Euro. Darin enthalten sind auch die Vermittlungen an Partnerbanken. Auch vergangenes Jahr hielt die rege Bautätigkeit in Deutschland aufgrund der hohen Nachfrage, gerade in Ballungsräumen, und der Niedrigstzinsen an.
- Das **Netto-Bausparneugeschäft** der Wüstenrot Bausparkasse konnte mit 10,36 Milliarden Euro das Vorjahresniveau von 11,18 Milliarden Euro nicht erreichen und ging um 7,3 Prozent zurück. Dies lag vor allem daran, dass zahlreiche Kooperationspartner von Wüstenrot pandemiebedingt zeitweilig Filialen und Agenturen schließen mussten. Dagegen schnitt unser eigener Außendienst stärker als im Vorjahr ab. Insgesamt entwickelte sich unsere Bausparkasse aber deutlich besser als der Markt insgesamt und baute ihren Marktanteil aus. Auch unsere Immobilientochtergesellschaften – die Wüstenrot Haus- und Städtebau und die Wüstenrot Immobilien – lieferten erfreuliche Beiträge zum Geschäftsfeld Wohnen.

Nun zum **Geschäftsfeld Versichern**:

- In der **Schaden-/Unfallversicherung** erhöhten sich die gebuchten Bruttobeiträge um 5,1 Prozent auf 2,05 Milliarden Euro. Dynamisch entwickelte sich dabei vor allem das Firmenkundengeschäft, aber auch die Sparten **Kraffahrt** und **Privatkunden** legten zu.
- In der **Personenversicherung** konnten wir die gebuchten Bruttobeiträge um 3,1 Prozent auf 2,45 Milliarden Euro weiter erhöhen. Die **Krankenversicherung** steigerte dabei die gebuchten Bruttobeiträge um 5,0 Prozent und setzte damit den Wachstumskurs der Vorjahre fort. Nach wie vor erhalten die Württembergischen Versicherungen für die Qualität ihrer zahlreichen Produktinnovationen nicht nur positives Feedback von den Kunden, sondern auch Anerkennung aus der Fachwelt, sei es von Ratingagenturen oder Fachzeitschriften.

Nicht zu vergessen ist unser drittes **Geschäftsfeld brandpool**:

Es steuert die **Digitalmarke „Adam Riese“** und bündelt die weiteren digitalen Aktivitäten der W&W-Gruppe. Auch im Jahr 2020 machte uns „Adam Riese“ viel Freude: Nur drei Jahre nach dem Start stieg die Kundenzahl mit wachsender Geschwindigkeit auf 164.000 per Ende 2020, aktuell sind es bereits rund 200.000 Kundinnen und Kunden. Wichtig dabei: Es handelt sich fast ausschließlich um neu gewonnene Kunden. Mit der Wohngebäudeversicherung haben wir bereits die sechste Produktgruppe bei „Adam Riese“ eingeführt. Auch 2020 erhielt die Marke **mehrere Auszeichnungen als echte Innovation in der Versicherungswirtschaft** mit einer hohen Servicequalität.

Auch das Leistungsspektrum des **persönlichen Finanzassistenten „FinanzGuide“** wurde vergangenes Jahr erweitert. Er bietet seitdem Kundinnen und Kunden eine Übersicht zu allen Verträgen, die sie mit der W&W-Gruppe haben. Nutzer können auf diese Weise einfach und bequem Angebote, Verträge und Kontoauszüge per Handy oder Tablet verwalten. Zudem wurde mit der **App Rente.de** ein eigenes digitales Angebot für die persönliche Altersvorsorge auf den Markt gebracht.

6. Dividendenvorschlag und Tagesordnung HV

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

auch der **Einzelabschluss der W&W AG**, der nach HGB aufgestellt wird, zeigt für das Jahr 2020 einen **sehr soliden Überschuss** von 100,3 Millionen Euro, rund 10 Millionen Euro mehr als im Vorjahr.

Damit kommen wir zur Höhe der Ausschüttung: Vorstand und Aufsichtsrat schlagen Ihnen heute vor, für das Geschäftsjahr 2020 **eine zum Vorjahr konstante Dividende von 65 Eurocent je Aktie** zu zahlen. Dies entspricht einer Dividendenrendite von 3,93 Prozent, bezogen auf den Jahresschlusskurs 2020 der W&W-Aktie in Höhe von 16,52 Euro. Auf Basis dieses Vorschlags kommen fast 61 Millionen Euro (60.885.340,10 Euro) zur Ausschüttung.

Zu diesem Tagesordnungspunkt möchte ich Ihnen noch einige Erläuterungen geben, bei denen ich leider etwas formaler werden muss:

Wie Sie der Einberufung zur heutigen Hauptversammlung entnommen haben, geht der dort veröffentlichte **Gewinnverwendungsbeschluss** davon aus, dass unsere Gesellschaft bei der Beschlussfassung eigene Aktien hält. Zur erneuten Umsetzung eines Mitarbeiter-Aktienprogramms haben wir im April dieses Jahres, also nach Drucklegung des Geschäftsberichts, einen Aktienrückkauf vorgenommen, sodass die finale Anzahl eigener Aktien erst seit Kurzem bekannt ist.

Zur Umsetzung dieses Programms hat der Vorstand im Frühjahr beschlossen, von der bestehenden Ermächtigung zum **Erwerb eigener Aktien** Gebrauch zu machen. Das Rückkaufprogramm wurde vom 10. bis zum 25. März 2021 und vom 6. bis zum 30. April 2021 durchgeführt. Es wurden insgesamt 147.501 Namensaktien der W&W AG zurückgekauft. Der Aktienrückkauf stand im Einklang mit den zu beachtenden rechtlichen Vorgaben und wurde ordnungsgemäß bekanntgegeben.

Das **Mitarbeiter-Aktienprogramm** 2021 wurde mittlerweile erfolgreich abgeschlossen. Daraus wurden nicht alle Aktien verwendet, sie werden für kommende Programme behalten. Die W&W AG hält deshalb derzeit 79.966 Stück eigene Aktien. Der in der Einberufung bekanntgemachte Beschlussvorschlag ist daher, wie dort vorgesehen, entsprechend anzupassen. Er lautet nun:

Vorstand und Aufsichtsrat schlagen vor, den Bilanzgewinn des Geschäftsjahres 2020 in Höhe von 80,8 Millionen Euro, unter Berücksichtigung der von der Gesellschaft derzeit gehaltenen 79.966 (nicht dividendenberechtigten) eigenen Aktien und nach entsprechender Anpassung des in der Einberufung bekanntgemachten Beschlussvorschlags, wie folgt zu verwenden:

- *Zahlung einer Dividende in Höhe von 65 Eurocent je dividendenberechtigter Stückaktie, also insgesamt 60.885.340,10 Euro,*
- *Einstellungen in andere Gewinnrücklagen in Höhe von 19.000.000,00 Euro*
- *und Vortrag auf neue Rechnung in Höhe von 909.428,32 Euro.*

Soweit zu den Formalien. Was den Beschlussvorschlag in materieller Hinsicht betrifft, so möchte ich darauf verweisen, dass sich die W&W AG die vorgeschlagene **Dividendenzahlung von der Ertragskraft her leisten kann**, ohne aus der Substanz ausschütten zu müssen. Wir sind finanziell sehr solide aufgestellt, dieses Polster und diese Sicherheit haben wir uns in den vergangenen Jahren erarbeitet. Deshalb hat die W&W-Gruppe in der Corona-Krise bisher auch **keinerlei öffentliche Mittel zur Unterstützung** in Anspruch genommen. Auch gibt es derzeit keine Anzeichen, dass solche öffentlichen Mittel in Anspruch genommen werden müssten.

Ich habe in den vergangenen Jahren des Öfteren betont, dass wir bei der W&W AG seit jeher eine **ertragsbasierte und verlässliche Dividendenpolitik** verfolgen. Diese Verlässlichkeit ist auch für unsere Mehrheitsaktionärin, die gemeinnützige Wüstenrot Stiftung, aus verständlichen Gründen ein wichtiges Kriterium bei der Planung ihrer Aktivitäten in den Bereichen Denkmalpflege, Wissenschaft, Forschung, Bildung, Kunst und Kultur. Ich denke jedoch, dass eine verlässliche Dividendenpolitik für alle Aktionärinnen und Aktionäre eine positive Botschaft und ein gutes Investmentkriterium ist. Wir sehen jedenfalls keinen Grund, warum Sie, verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, nicht am Unternehmenserfolg angemessen teilhaben sollten, wenn es die Umstände zulassen. Und das tun sie.

Meine Damen und Herren,

bevor ich zum laufenden Geschäftsjahr komme, möchte ich auf einige wichtige Punkte der heutigen Tagesordnung kurz eingehen.

In Tagesordnungspunkt 9 beantragen der Vorstand und der Aufsichtsrat, dem Gewinnabführungsvertrag zwischen der Wüstenrot & Württembergische AG und der W&W brandpool GmbH vom 1. März 2021 mit dem in der Einberufung bekannt gemachten wesentlichen Inhalt zuzustimmen.

Am 1. Februar 2016 haben die Wüstenrot & Württembergische AG und ihre hundertprozentige Tochtergesellschaft W&W brandpool GmbH einen Gewinnabführungsvertrag abgeschlossen, der ab dem 1. Januar 2016 galt. Dieser Gewinnabführungsvertrag war auf fünf Zeitjahre befristet und endete dementsprechend mit Ablauf des 31. Dezember 2020.

Vor diesem Hintergrund haben die Gesellschaft und die W&W brandpool GmbH am 1. März 2021 einen neuen Gewinnabführungsvertrag geschlossen.

Nach diesem verpflichtet sich die W&W brandpool GmbH u. a., während der Vertragsdauer ihren ganzen Gewinn unter Beachtung des § 301 AktG in seiner jeweilig geltenden Fassung an die Gesellschaft abzuführen. Abzuführen ist danach – vorbehaltlich der Bildung oder Auflösung von Gewinnrücklagen – jeweils der gesamte Jahresüberschuss der W&W brandpool GmbH, der sich ohne die Gewinnabführung ergeben würde, vermindert um einen etwaigen Verlustvortrag aus dem Vorjahr und einen etwaigen Betrag, der in die gesetzliche Rücklage einzustellen ist.

Der Vertrag setzt ferner die Zustimmung der heutigen Hauptversammlung voraus und wird mit seiner Eintragung im Handelsregister der W&W brandpool GmbH wirksam. Zu den Einzelheiten möchte ich auf die Einladung zur Hauptversammlung und die ausliegenden Unterlagen verweisen.

In Tagesordnungspunkt 10 beantragen der Vorstand und der Aufsichtsrat, der Änderungsvereinbarung zwischen der Wüstenrot & Württembergische AG und der W&W Asset Management GmbH vom 2. März 2021 zum Beherrschungs- und Gewinnabführungsvertrag mit der W&W Asset Management GmbH vom 29. April 2008 in der Fassung vom 1. April 2014 mit dem in der Einberufung bekannt gemachten wesentlichen Inhalt zuzustimmen.

Eine Änderung der Verordnung (EU) Nr. 575/2013 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 26. Juni 2013 über Aufsichtsanforderungen an Kreditinstitute und Wertpapierfirmen und zur Änderung der Verordnung (EU) Nr. 646/2012 (Capital Requirements Regulation) hat nunmehr eine erneute Anpassung des Vertrags erforderlich gemacht. Die Parteien haben dementsprechend am 2. März 2021 eine Änderungsvereinbarung zum Beherrschungs- und Gewinnabführungsvertrag vom 29. April 2008 in der Fassung vom 1. April 2014 abgeschlossen.

Hiernach verpflichtet sich die W&W Asset Management GmbH u. a., ihren ganzen Gewinn unter Beachtung des § 301 AktG in seiner jeweilig geltenden Fassung an die Gesellschaft abzuführen. Abzuführen ist danach – vorbehaltlich der Bildung oder Auflösung von Gewinnrücklagen – jeweils der gesamte Jahresüberschuss der W&W Asset Management GmbH, der sich ohne die Gewinnabführung ergeben würde, vermindert um einen etwaigen Verlustvortrag aus dem Vorjahr und einen etwaigen Betrag, der in die gesetzliche Rücklage einzustellen ist.

Der Vertrag setzt ferner die Zustimmung der heutigen Hauptversammlung voraus und wird mit seiner Eintragung im Handelsregister der W&W Asset Management GmbH wirksam. Zu den Einzelheiten möchte ich auf die Einladung zur Hauptversammlung und die ausliegenden Unterlagen verweisen.

7. Nächste Stufe der W&W-Transformation – Umfeld

Meine Damen und Herren,

alle Erfolge, die wir erreicht haben, sind Erfolge der Vergangenheit. Unser Unternehmen hat in den zurückliegenden Jahren viel richtig gemacht, aber das bedeutet nicht, dass wir bei unseren Anstrengungen, immer „besser“ zu werden, nachlassen dürfen.

Die **Transformation der W&W-Gruppe ist ein Marathonlauf**, bei dem Ausdauer und Weitsicht gefragt sind.

Wichtig ist, zu verstehen, dass die Herausforderungen, die uns vor mehr als vier Jahren zum Umbau unseres Unternehmens veranlasst haben, weiterhin vorhanden sind und teilweise an Intensität zugenommen haben.

- Dies gilt für die weiter um sich greifende **Regulierung und Bürokratie**, die der Finanzwirtschaft enorme Kosten auferlegt. Denken Sie an die Regelwerke Basel III und Solvency II, aber auch an neue Vorschriften aus Brüssel wie die EU-Taxonomie zur Bestimmung nachhaltiger, grüner Kapitalanlagen.

- Dies gilt für die historischen **Niedrig- und Negativzinsen** und deren Auswirkungen auf Sparprodukte, Kapitalanlagen und auf Vorsorgeprodukte. Die extrem lockere Geldpolitik der EZB, bei der wenig Veränderung in Sicht ist, erhöht den Kostendruck bei Banken, Sparkassen und Versicherungen, und sie belastet – Stichwort Verwarentgelte – zunehmend das Verhältnis der Institute zu ihren Kundinnen und Kunden.
- **Neue Player im Markt** bringen mit neuen, meist digitalen Geschäftsmodellen frischen Wind in die Finanz- und Versicherungswirtschaft. Nicht jede Idee zündet, bei weitem nicht jedes Geschäftsmodell erweist sich als tragfähig, aber es wäre ein großer Fehler, diesen Innovationsschub in der Branche als kurzfristige Mode abzutun. Wir bei W&W machen diesen Fehler jedenfalls nicht, wie die erfolgreiche Entwicklung unserer digitalen Aktivitäten bei der W&W brandpool beweist.

8. Nächste Stufe der W&W-Transformation – Schwerpunkte

Nach mehr als vier Jahren des Wandels ist unser Unternehmen nun **bereit für die nächste Stufe der Transformation**. Dabei werden wir unsere grundsätzliche strategische Linie beibehalten, aber Schwerpunkte neu justieren.

In der ersten Phase ab 2017 standen vor allem hohe Investitionen in digitale Produkte und in digitales Arbeiten, die Optimierung des Beteiligungsportfolios unserer Gruppe und die Schärfung des Markenprofils im Vordergrund.

In der nächsten Phase wird es darum gehen,

- dass wir die **Digitalisierung von Produkten und Prozessen weiter vorantreiben**, um schnell und agil zu bleiben,
- dass wir unsere **Zielmärkte noch stärker durchdringen** und neue Kundengruppen erschließen
- und dass wir das **Kostenmanagement verstärken**, um die operativen Kosten mindestens auf das durchschnittliche Marktniveau zu senken.

Wir werden in den kommenden Jahren also stark **an unserer Effizienz arbeiten**. Seit 2016 hat die W&W-Gruppe ihre Effizienz pro Jahr um durchschnittlich fünf Prozent erhöht – mindestens diese Rate streben wir auch für die kommenden Jahre an.

Die konsequentere Nutzung der Potenziale in unseren Zielmärkten ist der Schlüssel, um unsere **Marktanteile weiter zu erhöhen**. Denn unser Anspruch lautet weiterhin, **über dem Marktdurchschnitt zu wachsen**.

Was bedeutet das konkret?

Die W&W-Gruppe hat derzeit mehr als 6,5 Millionen Kundinnen und Kunden. Im Jahr 2025 – bis dahin reicht der aktuelle Planungszeitraum – soll diese Zahl natürlich größer sein. Dazu ist es notwendig, konkrete Lebenssituationen und individuelle Lebensplanungen noch genauer zu erfassen **und Lösungen für Vermögensbildung, Absicherung und langfristige Vorsorge aus einer Hand** anzubieten. Konzepte von der Stange helfen uns hierbei nicht weiter, sondern nur die Bereitschaft, sich auf die Kundin oder den Kunden wirklich einzulassen und Empathie zu zeigen.

Dies zu tun, behaupten – zugegeben – viele in unserer Branche. Und wir alle wissen, dass die Wirklichkeit nicht selten hinter dem hehren Anspruch zurückbleibt. Dies wiederum bedeutet nicht, dass es nicht möglich wäre, zumal, wenn man das Ziel hat, jeden Tag ein wenig „besser“ zu werden.

Im Neukundengeschäft ist es uns im vergangenen Jahr gelungen, **gruppenweit rund 450.000 neue Kunden zu gewinnen**. Das ist gut, aber diese Zahl ist steigerungsfähig. In spätestens fünf Jahren sollten wir die **Marke von 500.000 Neukunden** pro Jahr hinter uns lassen.

Wie wollen wir dies schaffen?

- Wir werden den **Ausbau unserer bereits starken Vertriebsorganisation** konsequent fortsetzen. Im Geschäftsfeld Wohnen ermöglicht uns allein der Erwerb der Aachener Bausparkasse, die 2020 auf die Wüstenrot Bausparkasse verschmolzen wurde, acht neue Kooperationen mit leistungsstarken Partneradressen.

- Wir werden das sogenannte **Tandem-Vertriebsmodell** ausbauen. Mittlerweile gibt es bereits mehr als 800 Tandem-Partner im Außendienst von Wüstenrot und Württembergische, die die Bauspar- und Versicherungskompetenzen in der W&W-Gruppe bündeln und damit dem ganzheitlichen Beratungsansatz Rechnung tragen.
- Im **Geschäftsfeld Versichern** sehen wir attraktive Potenziale in der Personenversicherung. Die Württembergische Krankenversicherung hat ja in den vergangenen Jahren bewiesen, wie Produktinnovationen und eine hohe Servicequalität Wachstum generieren können. Zudem wollen wir uns im Versicherungsgeschäft stärker als „**Partner des Mittelstands**“ positionieren. Ein wichtiges Thema wird dabei die – lange unterschätzte – betriebliche Altersvorsorge sein, die sich als zweite Säule des deutschen Vorsorgesystems etabliert hat. Zudem erhöhen wir die Zeichnungskapazität in der Sachversicherung auch international.
- Unsere **Digitalmarke Adam Riese**, die – wie ich bereits ausführte – eine echte Erfolgsgeschichte ist, wollen wir zu einer führenden Direktmarke ausbauen. Sie wird ihr Produktangebot verbreitern und soll auch außerhalb des Kompositgeschäftes tätig werden. Zudem sind wachsende digitale Plattformen wie die Wüstenrot-„Wohnwelt“ bestens geeignet, potenzielle Kunden an unsere Gruppe heranzuführen.
- Die Beratung von und die **Kommunikation mit unseren Kundinnen und Kunden über alle möglichen Kanäle**, je nach Wunsch persönlich, telefonisch oder digital, sind zentrale Leistungsversprechen. Unser „**FinanzGuide**“, ebenfalls ein Produkt des digitalen Aufbruchs bei W&W, wird dabei als mobiles digitales Kundenportal eine zentrale Rolle spielen.

Wenn wir diese und andere Vertriebsinitiativen beherzt umsetzen auf Basis dessen, was wir uns in den vergangenen Jahren bereits erarbeitet haben, dann bin ich sicher,

- dass die W&W-Gruppe mittelfristig deutlich mehr Neukunden pro Jahr gewinnen wird als heute
- und dass jeder Kunde des Außendienstes im Schnitt mindestens drei Verträge bei uns haben wird.

9. Employer Branding und Nachhaltigkeit

Meine Damen und Herren,

Wachstum ist ohne Exzellenz bei Beratung und Service nicht realisierbar. Deshalb ist die fortlaufende **Qualifikation unseres eigenen Vertriebs und unserer Partner** eine der wichtigsten strategischen Aufgaben unserer Gruppe. Gerade in Zeiten wachsender Unsicherheiten und zunehmender Regulierung sind Beratungsqualität und Beratungsintegrität entscheidende Faktoren, um Kunden zu halten und zu gewinnen und um die hohe Reputation der Marke W&W zu schützen. Dazu gehört ein Berufsbild, das die **Beratung in allen Finanzfragen als Profession** und nicht einfach als „Job“ versteht.

Wir brauchen also fachlich hochqualifizierte, motivierte und verantwortungsbewusste Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Diese werden wir langfristig nur gewinnen, wenn wir das Profil der **W&W-Gruppe als attraktiver Arbeitgeber** weiter schärfen.

Es ist also für unseren Geschäftserfolg essenziell, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das **Mitarbeiterzufriedenheit** fördert und erhöht. Schon seit Jahren geben mehr als 75 Prozent der intern befragten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an, dass sie Freunden und Bekannten die W&W-Gruppe und ihre Unternehmen als Arbeitgeber weiterempfehlen würden. Das ist ein guter Wert, den es zu halten und wenn möglich zu steigern gilt, denn der Wettbewerb um die besten Talente und Köpfe ist sicherlich intensiver geworden.

Eine wichtige Rolle wird dabei der neue W&W-Campus in Kornwestheim spielen, der 2023 fertiggestellt und für unsere mehr als 6.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus dem Innendienst **neue Formen der teamübergreifenden und flexiblen Zusammenarbeit** ermöglichen wird.

Das sogenannte Employer Branding ist auch ein wichtiger Teil einer übergreifenden **Nachhaltigkeitsstrategie**, die wir derzeit im Detail für die gesamte Gruppe erarbeiten. Verantwortliches Handeln und gesellschaftliches Engagement haben in der W&W-Gruppe insgesamt eine lange Tradition und sind feste Bestandteile der Unternehmenskultur und unserer Konzernleitsätze. In den vergangenen Jahren hat die Bedeutung des Themas Nachhaltigkeit noch weiter an Bedeutung gewonnen. Um unsere Aktivitäten hier weiter auszubauen, wurde das Thema strategisch neu aufgestellt und ein Nachhaltigkeitsboard eingerichtet. Im vergangenen Jahr haben wir bereits die Principles for Sustainable Insurance und die Principles for Responsible Investment unterzeichnet. Damit verankern wir verstärkt Umwelt-, Sozial- und Unternehmensführungsaspekte im Versicherungs- und Investmentgeschäft. 2021 sind weitere Maßnahmen geplant, zum Beispiel die Unterzeichnung der „Charta der Vielfalt“.

10. Laufendes Geschäftsjahr 2021

Meine Damen und Herren,

kommen wir zum aktuellen Geschäftsjahr. Wir sind zuversichtlich, dass wir an die **gute Geschäftsentwicklung der vergangenen Jahre anknüpfen können**. Die ersten, sehr gut verlaufenen Monate des neuen Geschäftsjahres bestätigen uns darin, aber natürlich gibt es **erhebliche Unsicherheiten** im politischen und gesamtwirtschaftlichen Umfeld, die konkrete Vorhersagen erschweren.

Die **Rahmenbedingungen** für den Wohnungsbau und die Baufinanzierung bleiben günstig, ein Nachfragerückgang ist nicht in Sicht. Auch der Modernisierungsmarkt, insbesondere der Bereich der Investitionen in die energetische Ertüchtigung des Immobilienbestandes, ist nach wie vor ein Wachstumsmarkt.

Im **Versicherungsgeschäft** befindet sich der Lebensversicherungsmarkt in einem strukturellen Umbruch. Das Produkt Lebensversicherung wird nach unserer Überzeugung ein wichtiger Baustein der Altersvorsorge bleiben, muss sich aber wandeln. Es bedarf einer intensiven Kommunikation mit den Kundinnen und Kunden, um ihnen zu vermitteln, dass die Zeiten von hundertprozentigen Beitragsgarantien im aktuellen und künftigen Zinsumfeld vorbei sind. Wer heute eine Police abschließt und damit den Vorteil einer lebenslangen Rentenzahlung für sich sichern will, der muss bereit sein, das Chancen- und Risikoprofil zu erhöhen, um eine einigermaßen auskömmliche Verzinsung zu erhalten.

Grundsätzlich positiv sehen wir auch die Perspektiven in der **Schaden- und Unfallversicherung**. Allerdings bleibt abzuwarten, inwieweit die coronabedingte Konjunkturdelle noch zu negativen Nachlaufeffekten bei Beiträgen und Schäden führen wird.

Vor einer Woche haben wir die **Resultate des ersten Quartals 2021** veröffentlicht: Der Konzernüberschuss stieg von 25 auf 104,4 Millionen Euro. Hier macht es sich bemerkbar, dass der Vorjahreszeitraum noch stark von den coronabedingten Verwerfungen an den Kapitalmärkten gekennzeichnet war. Insbesondere in der Baufinanzierung legte der W&W-Konzern stark zu. Auch unsere Versicherungen wuchsen beachtlich.

Nach diesem erfolgreichen Start sind wir zuversichtlich, im Gesamtjahr 2021 einen Konzernüberschuss im oberen Bereich des nachhaltig angestrebten, strategischen Zielkorridors von 220 bis 250 Millionen Euro zu erreichen. Eine konkretere Prognose ist aufgrund der bestehenden, erheblichen Unsicherheiten über den weiteren Verlauf der Coronavirus-Pandemie derzeit nicht möglich.

11. Schlusswort

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

die W&W-Gruppe, Ihr Unternehmen, ist bestens aufgestellt, um **die nächste Phase unserer Unternehmensentwicklung erfolgreich zu gestalten**. Wir haben zusammen bereits viel erreicht, aber wir müssen weiter an uns arbeiten.

Wenn wir auch künftig so entschlossen den Umbau vorantreiben, wie es bisher gelungen ist, hat die W&W beste Chancen, auch mittelfristig zu den führenden Anbietern in Deutschland für Versicherungen und Wohnfinanzierungen zu gehören – effizient und modern, nachhaltig ausgerichtet und verlässlich gegenüber allen Stakeholdern. Ich hoffe sehr, dass wir auch in dieser nun beginnenden neuen Phase der Transformation auf Ihre Unterstützung und Ihr Vertrauen zählen können.

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.
