

**Virtuelle ordentliche
Hauptversammlung 2022 der
Wüstenrot & Württembergische AG**

Rede von

Jürgen A. Junker

Vorsitzender des Vorstands (CEO)

Mittwoch, den 25. Mai 2022

Es gilt das gesprochene Wort!

1. Begrüßung

Sehr geehrte Aktionärinnen, sehr geehrte Aktionäre,
meine sehr verehrten Damen und Herren,

herzlich willkommen zur ordentlichen Jahreshauptversammlung der Wüstenrot & Württembergische AG. Schön, dass Sie sich heute die Zeit für W&W nehmen.

2. Status quo W&W

Meine Damen und Herren,

es gibt die bekannte Redewendung von den „bewegten Zeiten“, in denen wir leben. 2021 war für uns ein außerordentlich erfolgreiches Jahr. Die Welt sah noch vor wenigen Monaten ganz anders aus. Das Jahr 2022 hat uns im bisherigen Verlauf in doppelter Hinsicht „bewegt“. Wir haben heute ein Umfeld, das sich nach Jahren der politischen Stabilität und Prosperität in kürzester Zeit deutlich verändert hat und das uns alle – Unternehmen wie Privatpersonen – vor **neue, zum Teil noch nicht absehbare Herausforderungen** stellt. Und natürlich bewegt uns der mittlerweile seit drei Monaten andauernde Krieg Russlands gegen die Ukraine, weil er uns schockiert und menschlich berührt, weil er uns nicht gleichgültig lässt.

Auch wenn unser Unternehmen nahezu ausschließlich in Deutschland aktiv ist und von daher keine unmittelbaren geschäftlichen Beziehungen zu Russland und zur Ukraine hat, so spüren wir die Auswirkungen des Krieges nicht zuletzt über die aktuellen Verwerfungen an den Kapital- und Finanzmärkten – das erste Quartal dieses Jahres, auf das ich später eingehen werde, zeigt dies deutlich.

Diese externen Entwicklungen können wir nicht oder nur sehr eingeschränkt beeinflussen. Das, was wir als W&W-Gruppe selbst beeinflussen können, entwickelt sich jedoch positiv, teilweise hervorragend. Insofern sehen Sie mich heute trotz aller Widrigkeiten vorsichtig zuversichtlich, dass wir die W&W-Gruppe auch durch diese gesamtwirtschaftlich und politisch schwierige Phase erfolgreich hindurchsteuern werden. Ihr Unternehmen ist stabil, nachhaltig, innovativ und nicht zuletzt wetterfest aufgestellt. Wir haben viel verändert, viel nach vorne gebracht, viel Neues geschaffen. Das alles zahlt sich gerade jetzt besonders aus.

Die W&W-Gruppe ist im operativen Geschäft sehr gut unterwegs. Unser Neugeschäft verläuft mehr als zufriedenstellend, wir gewinnen kontinuierlich Kundinnen und Kunden sowie Marktanteile hinzu. Zugleich gelingt es uns, die Effizienz im Konzern zu steigern, seit 2016 um durchschnittlich rund fünf Prozent pro

Jahr. Und die **digitale Transformation** unserer Gruppe kommt weiter gut voran: Dies zeigt sich in neuen, erfolgreichen Geschäftsmodellen, in mehr Servicekompetenz und Kundennähe.

3. Rückblick auf Geschäftsjahr 2021 – Konzern

Entsprechend blicken wir auf ein **Geschäftsjahr 2021** zurück, das sich deutlich besser entwickelte, als zunächst zu erwarten war.

- Der **Konzern-Jahresüberschuss** belief sich auf den **Rekordwert** von 352,2 Millionen Euro. Er lag damit erheblich über dem Vorjahreswert von 210,8 Millionen Euro. Zwei Mal haben wir im vergangenen Jahr unsere Ergebniserwartung gegenüber dem Kapitalmarkt nach oben angepasst.
- Treiber dieses Rekordergebnisses war zum einen die **dynamische operative Entwicklung**. Zum anderen wirkte sich die positive Entwicklung an den Aktien- und Kapitalmärkten aus, die im Jahr zuvor noch unter den Marktverwerfungen nach dem Ausbruch der Coronavirus-Pandemie gelitten hatte. In der Folge verbesserte sich das **Bewertungsergebnis** um 560,3 Millionen Euro auf 505,1 Millionen Euro. Ein Teil unseres bilanziellen Ertrags ist somit auch der IFRS-Rechnungslegung zu verdanken, die die FairValue-Bewertung von Aktien, alternativen Investments und fondsgebundenen Lebensversicherungen am Bilanzstichtag fordert. Ich weise darauf hin, dass dies natürlich keine Einbahnstraße ist. In Zeiten schwacher Kapitalmärkte wirkt sich die IFRS-Rechnungslegung dann natürlich auch gegenläufig aus. Eigentlicher Gradmesser für unseren Erfolg ist daher das, was wir im operativen Geschäft erreichen, und das war 2021 eine ganze Menge.

Die hohe Ertragskraft und Ertragsqualität, die die W&W-Gruppe im Geschäft mit ihren und für ihre Kundinnen und Kunden mittlerweile erreicht hat, zeigt bereits der Umstand, dass wir 2021 mit der fortdauernden Corona-Krise und den Schäden aus der Flutkatastrophe im Sommer **zwei einschneidende Ereignisse** zu bewältigen hatten.

Was die **Einschränkungen durch die Coronavirus-Pandemie** betrifft, so hatten unsere Teams bereits im ersten Corona-Jahr bewiesen, dass sie mit dieser Ausnahmesituation flexibel und pragmatisch umgehen und zugleich den Kundenkontakt und die Servicequalität sichern und sogar ausbauen können. Genauso verhielt es sich auch im Jahr 2021, als wir in Deutschland über mehrere Monate hinweg bis zum frühen Sommer einen harten Lockdown mit entsprechend strengen Kontakt- und Reisebeschränkungen hatten – ein Umstand, den manche

heute schon fast vergessen haben. Kundinnen und Kunden sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben gelernt, auf anderen Wegen miteinander zu kommunizieren als früher. Videokonferenzen, Home-Office und digitales Arbeiten sind selbstverständlich geworden. Manches davon wird bleiben, aber nicht alles. Der persönliche Austausch, den wir ja nun seit einigen Monaten wieder pflegen können, ist in bestimmten Situationen unersetzlich und – wie ich finde – wohltuend.

Die **verheerenden Überschwemmungen und Stürme**, die im Sommer vergangenen Jahres Teile Deutschlands heimgesucht und viele Menschen in Existenznot gestürzt haben, waren **das größte Unwetterschaden-Ereignis in der Geschichte der Württembergischen Versicherung**. Es führte zu einer Schadenbelastung im mittleren dreistelligen Millionenbereich. Wir konnten jedoch einen beträchtlichen Teil dieses Bruttoaufwands durch unser Rückversicherungsprogramm auffangen, sodass sich die Nettoaufwendungen nur moderat erhöhten. Alle Belastungen aus der Naturkatastrophe sind bilanziell bereits komplett im Jahresabschluss 2021 verarbeitet.

Ich habe es bereits bei zahlreichen Gelegenheiten betont und tue es heute gerne wieder: Die Flutschäden und unsere Arbeit für die betroffenen Kundinnen und Kunden sind der Beleg, dass wir ein großes Stück schneller und kundennäher geworden sind – so wie wir es uns gemäß unserer Devise „Besser!“ vorgenommen haben. Es freut mich sehr, dass wir nach dem Krisenmanagement dies positiv beantworten können. Wir haben den von der Flut betroffenen Kundinnen und Kunden so **schnell und unbürokratisch geholfen**, wie es nur möglich war. Unsere Teams vor Ort, sowohl in den betroffenen Gebieten wie auch im Innendienst, haben bei der Regulierung einen hervorragenden Job gemacht. Das wird uns auch von den Kundinnen und Kunden widerspiegelt, deren Not wir damit ein Stück weit lindern konnten. Wir haben gezeigt, dass auf uns Verlass ist, wenn es darauf ankommt.

- Trotz der Belastungen aus den Sturm- und Flutschäden konnten wir in der Schaden-/Unfallversicherung die Schaden-Kosten-Relation, die sogenannte Combined Ratio, um 1,3 Prozentpunkte auf 87,7 Prozent verbessern. Nicht nur unsere generell risikobewusste Zeichnungspolitik und unsere vorausschauende Rückversicherungsstrategie machten sich hierbei positiv bemerkbar. Wir verzeichneten im vergangenen Jahr auch eine moderate Entwicklung der Kfz-Schäden, da die Menschen pandemiebedingt weniger mobil waren.
- Ein sehr wichtiges Thema für uns ist die Kostendisziplin. Auch in dieser Hinsicht konnte das vergangene Jahr überzeugen: Die Verwaltungsaufwendungen erhöhten sich konzernweit leicht um rund 2 Prozent auf 1,04 Milliarden Euro und blieben damit unter der Inflationsrate. Dies gelang trotz höherer Ausgaben für Tarifsteigerungen und Erfolgsvergütungen, Regulatorik und Marketing.

4. Rückblick auf Geschäftsjahr 2021 – Geschäftsfelder

Schauen wir kurz auf die Entwicklung unserer Segmente und auf deren operative Leistung:

Besser als zunächst erwartet, entwickelte sich 2021 das **Neugeschäft in der Baufinanzierung**. Es erreichte gegenüber dem Vorjahr einen Zuwachs im Geschäftsfeld von 12,5 Prozent auf 6,85 Milliarden Euro, darin enthalten sind die Vermittlungen ins Fremdbuch. Mit dieser Zuwachsrate übertraf die Wüstenrot Bausparkasse AG erheblich das Marktwachstum für Wohnungsbaukredite in Deutschland, das nach Angaben der Deutschen Bundesbank bei rund 4 Prozent lag.

Die Nachfrage blieb aufgrund des in der Corona-Zeit noch gestiegenen Wunsches, Wohneigentum zu erwerben, und einer zunehmenden Nachfrage nach Modernisierungen, insbesondere unter energetischen Gesichtspunkten, hoch. Gleichwohl haben sich auch **bremsende Faktoren** wie fehlendes Bauland, voll ausgelastete Handwerkerkapazitäten und Lieferengpässe bei Baumaterialien bereits stärker als in den Vorjahren ausgewirkt – Entwicklungen, die in diesem Jahr zusammen mit den spürbar gestiegenen Bauzinsen und Preissteigerungen für Immobilien zu einer Eintrübung der Baukonjunktur führen könnten.

Das **Netto-Bausparneugeschäft** nahm 2021 um 3,8 Prozent auf 9,97 Milliarden Euro ab. Da die Branche insgesamt rund 6 Prozent verlor, erhöhte sich der Marktanteil der ältesten deutschen Bausparkasse leicht. Wüstenrot ist, ausgehend vom abgeschlossenen Neugeschäft, unverändert die Nummer Zwei im deutschen Markt.

In der **Schaden-/Unfallversicherung** nahmen die gebuchten Bruttobeiträge um 6,7 Prozent oder 137 Millionen Euro auf 2,19 Milliarden Euro zu. Wie im Vorjahr war das Firmenkundengeschäft der Umsatztreiber, aber auch die Sparten Kfz und Privatkunden verzeichneten gute Zuwächse.

In der **Personenversicherung** konnten wir die gebuchten Bruttobeiträge um 4,0 Prozent auf 2,54 Milliarden Euro weiter erhöhen, wozu sowohl die Lebens- als auch die Krankenversicherung beitrugen. Damit schnitten wir auch in dieser Versicherungssparte besser ab als die Branche insgesamt, die einen leichten Rückgang verzeichnete. Die Württembergische Lebensversicherung hat im Berichtsjahr das Angebot für fondsgebundene Renten, für die immer wichtigere betriebliche Altersvorsorge und auch für die Berufsunfähigkeitsversicherung ausgeweitet und zugleich flexibilisiert.

5. Erfolgsgeschichte Adam Riese

Meine Damen und Herren,

nach wie vor dient uns die W&W brandpool GmbH als Inkubator und F&E-Einheit für digitale Initiativen, die wir im Rahmen unserer Transformation angestoßen haben. Eine Ausnahme ist unsere Digitalmarke Adam Riese, die wir nach dem erfolgreichen Aufbau im Jahr 2021 in das Geschäftsfeld Versichern integriert haben. Durch diese Neuordnung wird Adam Riese als im Markt mittlerweile gut etablierte eigenständige Marke nochmals sichtbar. Sie bringt zugleich digitale Impulse in das Geschäftsfeld ein.

Adam Riese ist geradezu das **Paradebeispiel für eine erfolgreiche Neugründung** als Corporate Startup in einem Direktversicherungsmarkt, der alles andere als unterbesetzt ist. Unser Digitalversicherer hat in der gesamten Branche Beachtung gefunden und inzwischen eine Vielzahl von namhaften Preisen und Auszeichnungen erhalten. Das ist schön und freut uns, aber noch wichtiger ist uns das, was wir von den Kundinnen und Kunden hören.

Vor mehr als vier Jahren gegründet, haben wir Stand heute mehr als 250.000 Kundinnen und Kunden für die mittlerweile acht Versicherungsprodukte gewonnen. Und das Gute daran ist: Es sind in erster Linie **neue** Kundinnen und Kunden, die wir über Adam Riese an die W&W-Gruppe heranziehen können.

Im ersten Quartal kam als neuestes Produkt von Adam Riese eine **Moped- und E-Scooter-Versicherung** hinzu. Damit bildet Adam Riese nun auch den allgemeinen Trend zur E-Mobilität im Leistungsangebot ab. Auch für diese Versicherung gelten die Grundsätze, die von Anbeginn an den Erfolg von Adam Riese begründen: Wir bieten einfache und klar verständliche Produkte. Unsere Kundinnen und Kunden können ihre Verträge komplett online abschließen. Und wir bieten ein vollständig digitales Schadenmanagement.

Um einem falschen Eindruck gleich vorzubeugen: Wir bleiben auch stark in der Beratung. Beratung ist für uns eine der wichtigsten Säulen, auf die wir aufbauen. Digitales Geschäft und Beratung auf hohem Qualitätsniveau ergänzen sich ausgezeichnet, wenn man beide Ansätze gut miteinander verzahnt. Das gelingt uns offensichtlich.

6. Dividendenvorschlag

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

Vorstand und Aufsichtsrat schlagen Ihnen heute in Tagesordnungspunkt 2 vor, für das Geschäftsjahr 2021 **eine zum Vorjahr konstante Dividende von 65 Eurocent je Aktie** zu zahlen. Dies entspricht einer Dividendenrendite von knapp 3,7 Prozent, bezogen auf den Jahresschlusskurs 2021 unserer Aktie. Sofern Sie heute diesem Vorschlag zustimmen, kommen rund 61 Millionen Euro zur Ausschüttung.

Wie Sie wissen, ist für die Dividendenzahlung der **Einzelabschluss der W&W AG**, der nach dem deutschen Handelsgesetzbuch aufgestellt wird, heranzuziehen. Die W&W AG zeigte hier 2021 eine weitere **Steigerung des Jahresüberschusses** um gut 11 Prozent auf 111,7 Millionen Euro.

Wir sind überzeugt, dass dieser Vorschlag den Verzinsungsanspruch unserer Aktionärinnen und Aktionäre und das Ziel, unsere Kapitalbasis in unsicheren Zeiten weiter zu stärken, gut miteinander verbindet. Denn eine weitergehende Stärkung von Substanz und Solidität ist angesichts des derzeitigen unsicheren Umfelds von großer Bedeutung.

7. Erläuterungen zur Tagesordnung / TOP 9, 10, 11

Meine Damen und Herren,

wenn wir schon bei der Tagesordnung der heutigen Hauptversammlung sind, so möchte ich auf einige weitere wichtige Punkte kurz eingehen. Ich bitte schon einmal vorab um Ihr Verständnis, dass es jetzt etwas formaler werden muss.

Der in der Einberufung veröffentlichte **Gewinnverwendungsbeschluss** geht davon aus, dass unsere Gesellschaft bei der Beschlussfassung eigene Aktien hält. Zur erneuten Umsetzung eines Mitarbeiter-Aktienprogramms haben wir von Februar bis März dieses Jahres einen Aktienrückkauf vorgenommen, sodass die finale Anzahl eigener Aktien erst seit Kurzem bekannt ist.

Das Rückkaufprogramm wurde vom 28. Februar 2022 bis zum 4. März 2022 vorgenommen. Es wurden insgesamt 40.000 Namensaktien der W&W AG zurückgekauft. Der Aktienrückkauf stand im Einklang mit den zu beachtenden rechtlichen Vorgaben und wurde ordnungsgemäß bekannt gegeben.

Das **Mitarbeiter-Aktienprogramm** 2022 haben wir mittlerweile erfolgreich abgeschlossen. Daraus wurden nicht alle Aktien verwendet, sie werden für

kommende Programme behalten. Die W&W AG hält deshalb derzeit 34.632 Stück eigene Aktien. Der in der Einberufung bekannt gemachte Beschlussvorschlag ist daher, wie dort vorgesehen, entsprechend anzupassen. Er lautet nun:

Vorstand und Aufsichtsrat schlagen vor, den Bilanzgewinn des Geschäftsjahres 2021 in Höhe von 77.606.718,80 Euro, unter Berücksichtigung der von der Gesellschaft derzeit gehaltenen 34.632 (nicht dividendenberechtigten) eigenen Aktien und nach entsprechender Anpassung des in der Einberufung bekannt gemachten Beschlussvorschlags, wie folgt zu verwenden:

- Zahlung einer Dividende in Höhe von 65 Eurocent je dividendenberechtigter Stückaktie, also insgesamt 60.914.807,20 Euro,
- Einstellungen in andere Gewinnrücklagen in Höhe von 16,0 Millionen Euro
- und Vortrag auf neue Rechnung in Höhe von 691.911,60 Euro.

In den **Tagesordnungspunkten 9 und 10** schlagen Vorstand und Aufsichtsrat Ihnen vor, neue Kapitalrahmen zu schaffen.

In **Tagesordnungspunkt 9** geht es um die Aufhebung des bestehenden Genehmigten Kapitals aus dem Jahr 2018 und die Schaffung eines neuen Genehmigten Kapitals gegen Bar- und/oder Sacheinlagen mit einer Laufzeit bis zum 24. Mai 2027. Grund ist, dass der bestehende Kapitalrahmen, von dem bisher kein Gebrauch gemacht wurde, am 12. Juni des kommenden Jahres ausläuft. Sowohl der alte als auch der neue Kapitalrahmen belaufen sich auf 100 Millionen Euro. Auch die materielle Ausgestaltung der Ermächtigung, vor allem mit Blick auf Bezugsrechtsausschlüsse, entspricht dem bestehenden Genehmigten Kapital 2018. Im Falle einer vollständigen Ausnutzung würde das Genehmigte Kapital 2022 einer Erhöhung des aktuellen Grundkapitals unserer Gesellschaft um gut 20 Prozent entsprechen.

In **Tagesordnungspunkt 10** schlagen Vorstand und Aufsichtsrat Ihnen vor, die bestehende Ermächtigung aus dem Jahr 2018 zur Ausgabe von Options- und Wandelschuldverschreibungen, Genussrechten, Gewinnschuldverschreibungen oder einer Kombination dieser Instrumente aufzuheben. Die Ermächtigung wurde bislang nicht genutzt und läuft ebenfalls am 12. Juni des kommenden Jahres aus. Dafür soll eine neue Ermächtigung geschaffen werden, die bis zum 24. Mai 2027 befristet ist. Der Gesamtnennbetrag aller auszugebenden Finanzierungsinstrumente beträgt bis zu einer Milliarde Euro. Das dafür neu zu schaffende Bedingte Kapital soll 240 Millionen Euro betragen, das sind 49 Prozent des Grundkapitals unserer Gesellschaft. Das ist die gleiche Höhe wie das bestehende Bedingte Kapital 2018.

Nun zu **Tagesordnungspunkt 11**: Darin schlagen wir Ihnen vor, die bestehende, bis zum 24. Juni 2025 laufende Ermächtigung aus dem Jahr 2020 für den Erwerb und zur Verwendung eigener Aktien gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 Aktiengesetz sowie zum Ausschluss des Bezugsrechts und eines etwaigen Andienungsrechts aufzuheben. Wir haben von dieser Ermächtigung in den Zeiträumen 10. März 2021 bis 25. März 2021, 6. April 2021 bis 30. April 2021 sowie 28. Februar 2022 bis 4. März 2022 im Rahmen mehrerer Aktienrückkaufprogramme Gebrauch gemacht. Vor diesem Hintergrund und zur Vereinheitlichung der Laufzeiten der Ermächtigungen, die wir in den Tagesordnungspunkten 9 und 10 vorschlagen, soll die bestehende Ermächtigung durch eine neue Ermächtigung zum Erwerb und zur Verwendung eigener Aktien ersetzt werden. Sie hat ein Volumen von 10 Prozent des Grundkapitals unserer Gesellschaft.

Zu den Einzelheiten der Tagesordnungspunkte 9, 10 und 11 verweise ich auf die Einladung zur Hauptversammlung und hier vor allem auf die Berichte des Vorstands zu den entsprechenden Tagesordnungspunkten.

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

Meine Damen und Herren,

vor einem Jahr, bei unserem letzten digitalen Zusammentreffen, habe ich Ihnen erläutert, welche Schwerpunkte wir uns in der nächsten Phase unseres Wandels, unserer Transformation vorgenommen haben. Es geht vor allem um drei Ziele:

- Wir wollen unsere Beratungsstärke weiter stärken, also unsere Zielmärkte besser durchdringen, um die Kundenzahl zu erhöhen und/oder mit bestehenden Kundinnen und Kunden mehr Geschäft zu generieren.
- Wir werden die digitale Transformation weiter vorantreiben, wobei wir Digitalisierung nicht als Selbstzweck betrachten, sondern als Chance und Werkzeug, um neue Kundinnen und Kunden zu gewinnen, Kundenwünsche besser zu bedienen und die Servicequalität zu erhöhen.
- Und wir wollen bei den operativen Kosten diszipliniert bleiben und unsere interne Effizienz weiter verbessern.

Wenn Sie diese strategischen Schwerpunkte in konkrete wirtschaftliche Ziele übersetzen, dann bedeutet das:

- Wir streben unverändert ein doppeltes Marktwachstum an. Wir wollen also über einen längeren Zeitraum stärker wachsen als unser Wettbewerb.

- Wir möchten jedes Jahr mehr Menschen für die W&W-Gruppe begeistern und wollen ab dem Jahr 2025 jährlich 500.000 neue Kundinnen und Kunden gewinnen.
- Wir müssen die operativen Kosten mindestens auf Marktniveau senken. Dazu ist es erforderlich, dass wir auch weiterhin konzernweit 5 Prozent Effizienzgewinn pro Jahr realisieren. Dies gilt umso mehr, als unsere Gruppe natürlich die allgemeinen Kostensteigerungen spürt, die Unternehmen und Verbraucherinnen und Verbraucher nun bereits seit geraumer Zeit zu bewältigen haben – und die von der Politik und der Europäischen Zentralbank vielleicht zu lange unterschätzt worden sind.

9. Nächste Stufe der W&W-Transformation – Produkte und Lösungen

Bei allen wirtschaftlichen Zielen dürfen wir jedoch das Wichtigste niemals aus den Augen verlieren: unsere Kundinnen und Kunden.

Ich möchte Ihnen heute nicht ein Referat über **Kundennähe und Kundenorientierung** halten. Sie sind ein geradezu konstituierender Teil unserer seit Jahren laufenden Initiative „W&W besser!“, über die ich mehrmals gesprochen habe. Dieser kontinuierliche Verbesserungsprozess für unsere Gruppe stellt die Kundinnen und Kunden in den Mittelpunkt all‘ unseres Handelns.

Sicher: In der Theorie ist dies einfach, in der Praxis deutlich schwerer. Aber: Unsere operative Performance seit Beginn der Transformation und auch das Feedback, das wir von unseren Kundinnen und Kunden und aus dem Markt erhalten, zeigen, dass „W&W“ besser!“ von unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern verinnerlicht und gelebt wird – jeden Tag ein wenig mehr.

Die richtige Haltung zu den Kundinnen und Kunden allein reicht freilich nicht aus. Wir müssen als Gruppe **gesellschaftliche Trends und technologische Entwicklungen frühzeitig erkennen** und so früh wie möglich in unserem Produkt- und Leistungsangebot abbilden. Wir müssen also das **Ohr auf der Schiene** haben.

Allerdings: Es geht nicht allein darum, neue Versicherungs- oder Finanzierungsprodukte zu entwickeln und zu verkaufen. Wir müssen mehr bieten und tun dies bereits: Es geht auch um **innovative Kommunikations- und Informationstools**, die unseren Kundinnen und Kunden in bestimmten Lebenssituationen weiterhelfen. Als Vorsorgespezialist sind wir ein langfristiger und verlässlicher Partner, bei dem sich die Kundinnen und Kunden aufgrund kompetenter Beratung aufgehoben fühlen sollen.

Wir müssen also agil und wachsam bleiben und die sich ändernden Lebensrealitäten unserer Kundinnen und Kunden so gut es geht abbilden. Was ich damit meine, illustrieren zwei Beispiele:

- Mit dem Aufbau des Zielgruppen-Portals „Wüstenrot Wohnwelt“ ist es uns gelungen, den bekannten und positiv besetzten Markennamen „Wüstenrot“ als Kompetenzträger für alle Fragen rund um die Themen „Immobilie“ und „Wohnen“ zu etablieren. Das umfangreiche Informationsangebot, die Immobiliensuche in Kooperation mit ImmoScout24 oder auch die Zusatzleistungen wie der Abruf von Energieausweisen im Rahmen von Partnerangeboten schaffen für die Kundinnen und Kunden einen klaren Mehrwert.
- Eines der aktuell am stärksten wachsenden Probleme für Unternehmen und Privatpersonen ist die Cyberkriminalität, die zu erheblichen, zuweilen existenzbedrohlichen Vermögensschäden führen kann. Wir verstehen uns als Partner des Mittelstands. Deshalb hat die Württembergische Versicherung eine Cyber-Versicherung für kleine und mittelständische Betriebe zum Schutz vor den finanziellen Folgen von Cyberattacken in ihr Angebot aufgenommen. Dabei setzen wir nicht nur auf Schutz im Schadensfall, sondern auch auf Prävention. Aus diesem Grund gehört zum Angebot auch ein Cyberportal, das Kundinnen und Kunden durch Erklärvideos, digitale Kurse und interaktive Prüfungen vorbereitet, wie sie sich vor Angriffen aus dem Netz schützen können. Privatkundinnen und -kunden der Württembergischen können dieses Risiko durch einen Cyber-Baustein in ihrer Hausratversicherung absichern.

Neben den richtigen Produkten ist es wichtig, dass wir als W&W-Gruppe einfach und bequem für die Kundinnen und Kunden erreichbar sind. Wir werden deshalb den **Ausbau unserer ohnehin bereits starken Beraterorganisation** konsequent fortsetzen. Wir setzen unverändert auf unseren Omnikanalvertrieb, der von eigenen Außendiensten über Kooperations- und Partnervertriebe sowie Makleraktivitäten bis hin zu digitalen Initiativen reicht.

Zum Thema Beratung gehört auch das Bewusstsein, dass wir eine Gruppe sind, deren Sparten und Unternehmen zum Wohl unserer Kundinnen und Kunden zusammenarbeiten müssen. Dieses Ziel verfolgt das sogenannte **Tandem-Modell** der W&W-Gruppe, das wir seit 2016 anstreben. Die Außendienste von Wüstenrot und der Württembergischen bündeln dabei ihre Kompetenzen im Baufinanzierungs- und Versicherungsgeschäft und tragen damit dem ganzheitlichen Beratungsansatz Rechnung. Seit Einführung dieses Modells hat sich die Anzahl der Tandempartnerschaften von rund 400 auf über 1.000 mehr als verdoppelt, und wir werden diese Initiative weiter ausbauen.

10. Fokus Nachhaltigkeit

Meine Damen und Herren,

wenn wir über den Wandel unseres Unternehmens sprechen, darf das **Thema Nachhaltigkeit** nicht fehlen. Dieser Begriff ist, wie wir alle wissen, ein weites Feld. Er reicht vom Klimaschutz über soziale Standards, Fragen der Diversität bis hin zum „Employer Branding“, also der Attraktivität von W&W als Arbeitgeber. Mit der **Nachhaltigkeitsstrategie**, die wir im Herbst vergangenen Jahres verabschiedet haben, konnten wir erstmals alle Nachhaltigkeitsaktivitäten im W&W-Konzern in einem gesamthaften Konzept zusammenführen und durch neue Maßnahmen und Ziele ergänzen. Das ist ein großer Schritt nach vorne.

Nun müssen wir uns in punkto Nachhaltigkeit nicht verstecken: Verantwortliches Handeln und Engagement für die Gesellschaft sind seit Langem feste Bestandteile unserer Unternehmenskultur. Bereits aus dem Stiftungsgedanken unseres Hauptaktionärs leitet sich ein klares Verständnis einer **langfristigen, auf Stabilität ausgerichteten Unternehmensführung** ab.

Aber natürlich geht es auch darum, wachsende regulatorische Anforderungen und steigende Kundenerwartungen zu erfüllen. So trat im Jahr 2021 die Offenlegungspflicht im Finanzdienstleistungssektor in Kraft, die für Anlageprodukte zusätzliche Transparenzpflichten definiert. Und wir sind dabei, unsere Produktpalette sukzessive so umzubauen, dass wir unseren Kundinnen und Kunden immer mehr Lösungen und Produkte anbieten können, die ökologisch und sozial wünschenswerten Zielen dienen.

Beispielsweise hat erst vor Kurzem die Wüstenrot Bausparkasse ihr Produktangebot für nachhaltige, klimaschützende Investitionen in Wohnimmobilien erweitert. Mit dem **Wohndarlehen Klima Flex** und dem **Wohndarlehen Klima Classic** honoriert sie Investitionen in klimaschonende Bau- und Modernisierungsmaßnahmen in Form günstigerer Konditionen. Seit Februar 2022 bietet Wüstenrot zudem das Wohnsparen auch mit einem Klimabonus von bis zu 300 Euro an. Damit möchten wir Kundinnen und Kunden beim Klimaschutz unterstützen, sofern sie das Bauspardarlehen für bestimmte energetische Maßnahmen einsetzen.

Produkte mit nachhaltigem Ansatz finden sich aber auch längst in anderen Sparten unserer Gruppe, sei es in Form vergünstigter Kfz-Versicherungsbeiträge bei der Württembergischen für Elektro- und Hybridautos oder sei es im Kapitalanlagegeschäft: So hat die Württembergische Lebensversicherung inzwischen rund 25 Nachhaltigkeitsfonds im Angebot, die die aktuellen Standards nachhaltiger Kapitalanlagen erfüllen.

11. Laufendes Geschäftsjahr 2022/Q1 und Prognose

Meine Damen und Herren,

ich komme zum **laufenden Geschäftsjahr**. Das erste Quartal, dessen Ergebnisse wir am 13. Mai bekannt gegeben haben, zeigte eine weiterhin gute operative Entwicklung der W&W. Wir haben erneut **deutliche Zuwächse im Neugeschäft** verzeichnet und damit an die positive Entwicklung der vergangenen Jahre angeknüpft.

So zeigte das Geschäftsfeld Wohnen in den ersten drei Monaten ein Wachstum des Neugeschäftsvolumens um 15,7 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal. Angesichts steigender Zinsen und Immobilienpreise kommt dem Bausparen als Instrument zur Eigenkapitalbildung und Zinssicherung eine wachsende Bedeutung zu.

Auch in der Schaden-/Unfallversicherung gelangen uns deutliche Pluszahlen. Gegenläufig wirkten sich hier die vergleichsweise **hohen Elementarschäden aus den Winterstürmen** aus. Zudem normalisierte sich in der Kfz-Versicherung das Mobilitätsverhalten der Menschen wieder und damit auch die Schadenentwicklung. Im **Bewertungsergebnis** sahen wir den genau gegenläufigen Effekt zum Geschäftsjahr 2021: Das gestiegene Zinsniveau, Inflationstendenzen und die allgemeinen Marktunsicherheiten infolge des Krieges in der Ukraine wirkten sich negativ auf die Marktwerte von Aktien, Fonds und festverzinslichen Wertpapieren aus. Die Folge war ein deutlich schwächeres Bewertungs- und damit auch Finanzergebnis im ersten Quartal.

Somit erreichte W&W in den ersten drei Monaten einen **Konzernüberschuss** von 56,7 Millionen Euro nach 104,4 Millionen Euro im gleichen Quartal des Vorjahres.

Für den weiteren Jahresverlauf 2022 rechnen wir mit steigenden Marktunsicherheiten durch das fragile gesamtwirtschaftliche und politische Umfeld. Auf Basis der guten operativen Geschäftsentwicklung sowie der stabilen Aufstellung gehen wir für das Gesamtjahr 2022 unverändert von einem Konzernüberschuss in Höhe von rund 250 Millionen Euro aus. Vorausgesetzt wird dabei, dass es zu keinen zusätzlichen Kapitalmarktverwerfungen, konjunkturellen Einbrüchen und unvorhergesehenen großen Schadensereignissen kommt.

Für den weiteren Jahresverlauf tun wir angesichts der sich ändernden Rahmenbedingungen jedoch gut daran, **vorsichtig und höchst aufmerksam** zu sein. Wir müssen davon ausgehen, dass die Schwankungen und Korrekturen an den

Finanzmärkten weitergehen und länger andauern werden. Die US-amerikanische Notenbank Fed hat zu Beginn dieses Monats bereits deutliche Zinsschritte beschlossen, die EZB dürfte folgen.

Überdies muss sich die Welt nach dem Beginn des Krieges in der Ukraine auf ein **verändertes geopolitisches Umfeld** einstellen. Auch die deutsche Wirtschaft ist gefordert, sich in der globalisierten Welt neu auszurichten.

Nicht zuletzt sollten wir uns im Klaren darüber sein, dass die Budgets der Verbraucherinnen und Verbraucher durch hohe Steigerungen bei den Preisen für Energie, Treibstoff, Nahrungsmittel und vieles mehr stark belastet sind. Wir werden sehen, wie sich das auf die verschiedenen verbrauchernahen Branchen auswirkt.

Wir als W&W müssen diese grundlegenden Veränderungen sorgfältig verfolgen und, wo immer erforderlich, schnell darauf reagieren. In dieser Situation wachsender Unsicherheiten, und dies stimmt mich optimistisch, werden uns jene Eigenschaften zugutekommen, die wir in den vergangenen fünf Jahren des Wandels entwickelt und gestärkt haben: **Veränderungsbereitschaft, Flexibilität, Schnelligkeit, absoluter Kundenfokus**. Ich habe öfter von der **Wetterfestigkeit** gesprochen, die wir uns bei W&W erarbeitet haben. Sie wird in diesem Jahr gefragt sein.

12. Schlusswort

Sehr geehrte Aktionärinnen, sehr geehrte Aktionäre,

dank ihrer konsequenten Transformation und der fortlaufenden Stärkung der Substanz und Solidität wird es der W&W-Gruppe gelingen, auch schwierige Marktphasen wie diese zu meistern. Meine Zuversicht gründet sich auch auf das **große Vertrauen**, das ich in unsere **Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter** habe.

Ihnen allen möchte ich an dieser Stelle im Namen des Vorstands für ihr **großes und erfolgreiches Engagement herzlich danken**. Sie werden dafür sorgen, dass sich unser Unternehmen auch 2022 in die richtige Richtung entwickeln wird.

Mein Dank gilt abschließend auch Ihnen, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, für **Ihre Verbundenheit und Ihr Vertrauen** in unsere W&W-Gruppe.

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.