

**Ordentliche Hauptversammlung
der
Wüstenrot & Württembergische AG**

**am 13. Juni 2013
im Forum am Schlosspark, Ludwigsburg**

Rede von Dr. Alexander Erdland

Vorsitzender des Vorstands

(Es gilt das gesprochene Wort)

Gliederung der Rede

Begrüßung

1. Geschäftsjahr 2012 für den W&W-Konzern als Ganzes und für die W&W AG im Besonderen:
 - Aktuelles Thema: Hochwasserkatastrophe
 - Markteinflüsse
 - Konzernergebnis 2012
 - Ergebnisbeitrag von „W&W 2012“
 - Neugeschäft 2012
 - Erfolgsfaktor „ausgezeichnete“ Produkte
 - Rating
 - Erfolgsfaktor Multikanalvertrieb
 - HGB-Ergebnis W&W AG 2012, Dividendenangebot
 - Kursverlauf der W&W-Aktie
2. Erstes Quartal und weiterer Ausblick für das Geschäftsjahr 2013:
 - Neugeschäft Q1/2013
 - Gesamterwartung 2013
3. Weitere strategische Ausrichtung des W&W-Konzerns auf die Neue Realität:
 - Historische Einordnung
 - Kundenerwartungen
 - Strategische Prioritäten
 - Programm „W&W 2015“
 - Kostensenkungsziel und Ergebnisziel ab 2016

Dank

Begrüßung

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,
werte Aktionärsvertreterinnen und Aktionärsvertreter,
meine Damen und Herren,

im Namen des gesamten Vorstands **begrüße** ich Sie hier in Ludwigsburg zur Hauptversammlung der Wüstenrot & Württembergische AG sehr herzlich.

Heute wollen wir Ihnen, unseren Eigentümern, wieder Rechenschaft ablegen über den Geschäftsverlauf der W&W-Gruppe. Wir möchten diesen historisch einordnen, gewichtige Einflüsse auf unseren Geschäftsverlauf aufzeigen, sowie Perspektiven, Ziele und Handlungsfelder ableiten, im Interesse unserer Kunden, für den weiteren Erfolg der W&W-Gruppe als Der Vorsorge-Spezialist.

Unser Vorstandsbericht gliedert sich in:

1. Geschäftsjahr 2012 mit seinen Rahmenbedingungen und Ergebnissen für den W&W-Konzern als Ganzes und für die W&W AG im Besonderen.
2. Erstes Quartal und weiterer Ausblick für das Geschäftsjahr 2013.
3. Einordnung der strategischen Ausrichtung und weitere Perspektiven.

1. Geschäftsjahr 2012

Meine Damen und Herren,

es ist mir diesmal ein besonderes Anliegen, sehr deutlich zu machen, inmitten welcher mächtiger externer Einflüsse die W&W sich bewegt.

Angesichts der Bilder von der aktuellen **Hochwasserkatastrophe**, die unter die Haut gehen und verzweifelte Menschen aber auch unermüdliche Hilfsbereitschaft zeigen, möchte ich einige Worte hierzu an den Anfang meines Vortrags stellen.

Nach der verheerenden Flut im Jahr 2002 trifft gut 10 Jahre später zum Teil die gleichen Menschen wieder ein Jahrhundertereignis – ein tragischer begrifflicher Trugschluss.

Die Versicherungswirtschaft unterstützt die betroffenen Bürger in dieser schweren Zeit. Sie steht Ihnen nicht nur finanziell bei, um die Schäden an ihrem Hab und Gut zu beseitigen. Auch Rat und Unterstützung bei der Suche nach Handwerkern sowie ein offenes Ohr für die Schicksale der Menschen gehören zu den selbstverständlichen Leistungen eines Serviceversicherers vor Ort. Jetzt kommt es auf eine schnelle und unbürokratische Hilfe für die leidgeplagten Menschen in den betroffenen Regionen an. Die Württembergische hilft vor Ort, etwa mit Schadenregulierern und Handwerkspartnern, aber vor allem auch mit ihren Generalagenten, die schnell

und unbürokratisch Gelder für die Versicherten freigeben können. Zudem ist es mir wichtig, zu betonen, dass die Württembergische Versicherung nicht beabsichtigt, Versicherungsverträge wegen hochwasserbedingten Schäden aus den aktuellen Ereignissen zu kündigen.

Zwar werden viele der aus den Erfahrungen der Flutkatastrophe 2002 eingeleiteten Schutzmaßnahmen greifen, jedoch sind diesmal auch andere Landstriche betroffen. Zudem sorgen gestiegene Preise in der Bauwirtschaft für einen höheren Schadenaufwand. Der gesamte versicherte Schaden wird vom GDV derzeit auf über 1,8 Milliarden Euro geschätzt, dem Versicherungsschaden 2002.

Im Stammland der Württembergische Versicherung sind mehr als 90 Prozent aller Gebäude gegen Hochwasserschäden versichert. Das von der Württembergischen zu tragende Schadenaufkommen wird nach aktuellen Schätzungen bei gut 50 Millionen Euro liegen. Durch entsprechende Ausgestaltung der Rückversicherungsverträge ist sichergestellt, dass sich weder Kunden noch Aktionäre der W&W-Gruppe aus Anlass dieser Naturkatastrophe Sorgen machen müssen.

Nicht zuletzt dank der soliden Reservierungspolitik der letzten Jahre ist die Leistungsfähigkeit und Ertragslage der Württembergische Versicherung durch dieses Ereignis nicht bedroht. Allerdings kann es auch nach dem Abklingen der derzeitigen Überschwemmungen zu weiteren großen Schadenereignissen kommen. Bis Ende des Sommers steht zum Beispiel die Hagel-saison an, dann kann es Herbststürme oder auch kritische Wetterlagen im Winter geben. Unser Geschäft bleibt also von vielen Unwägbarkeiten beherrscht. Die Beherrschung der Risiken aus Naturereignissen liegt in unserem Geschäftsmodell. Dies kann man von der Beherrschung anderer externer Extrementwicklungen natürlich nicht so sagen.

2012 war das Jahr Fünf seit Ausbruch der schwerwiegenden Banken- und Staatsschuldenkrise. Trotz unseres soliden, kundenbasierten Geschäftsmodells sind wir Leidtragende der Konsequenzen dieser Entwicklung. Die Folgen an den **Kapitalmärkten** – einhergehend mit einer anhaltend hohen Volatilität – auf der einen und die massiven **regulatorischen Verschärfungen** auf der anderen Seite nehmen uns in die Zange. Es ist höchst fraglich, inwieweit die expansiven Maßnahmen der Notenbanken, auch wenn sie eine temporäre Stabilisierung am Kapitalmarkt bewirkt haben, für die notwendige nachhaltige Erneuerung der Wettbewerbsfähigkeit der strukturschwachen Staaten wirklich weiter hilfreich sind. Die unbestrittenen Gefahren und Schäden dieser Niedrigzinspolitik, von folgenschweren Fehlanreizen bis hin zu Vermögensverlusten der Sparer in deutlich zweistelliger Milliardenhöhe, liegen jedenfalls auf der Hand. Nach unserer Überzeugung muss eine politische Debatte über die Risiken, die Grenzen und die Alternativen einer weiteren einseitigen Geldexpansion dringend geführt werden.

Bausparkassen und Lebensversicherungen haben zu der Krise nicht beigetragen, im Gegenteil: sie wirken stabilisierend – für ihre Kunden und die Märkte. Sie hatten keine Liquiditätsprobleme – auch in schwierigen Marktphasen. Sie werden nun aber durch die Rettungspolitik der EZB für notleidende Staaten und Banken durch billiges, d.h. zu niedrig verzinstes Geld, geschädigt. Einerseits können die Bausparkassen und Lebensversicherungen ihren Vorteil der viel solideren Liquiditätssituation gegenüber anderen Finanzinstituten wie z.B. Investmentbanken nicht aus-spielen, weil die EZB durch die Zurverfügungstellung nahezu unbegrenzter Liquidität diesen

Vorteil egalisiert. Andererseits führen die mit der Geldpolitik verbundenen niedrigen Zinsen zu wahren Herausforderungen bei der Erfüllung von Garantieverpflichtungen.

Gerade vor diesem Hintergrund kommt der W&W-Gruppe zugute, als Der Vorsorge-Spezialist breiter aufgestellt zu sein. Wir haben nicht nur Bauspar- und Lebensversicherungsverträge, sondern können mit unseren Angeboten rund um krisenfeste Sachwerte die positive Diversifikation nutzen, durch klassische Finanzierungen rund um die Immobilie sowie durch Schaden- und Unfallversicherungen.

Als Der Vorsorge-Spezialist sind wir heute am Markt und bei unseren Kunden gerade mit unserem Gesamtangebot besonders geschätzt und nachgefragt, um in diesen schwierigen Zeiten passende Vorsorge-Antworten zu geben: von den aktuellen und zukünftigen Anforderungen an stabile Vermögensbildung bis zur verlässlichen Schließung der persönlichen Vorsorge-Lücke; diese kann demographie- und niedrigzinsbedingt nur mit zusätzlichem Geld geschlossen werden.

Meine Damen und Herren,

vor dem Hintergrund dieses Spektrums externer Herausforderungen haben wir das vergangene Geschäftsjahr erfolgreich gemeistert. Unterstützung haben wir dadurch erfahren, dass die deutsche Wirtschaft im Jahr 2012 trotz der Rezession im Euro-Raum und weltwirtschaftlicher Anspannungen um 0,7 Prozent gewachsen ist, allerdings mit einer Abschwächung im 2. Halbjahr.

Wir konnten 2012 das beste Konzernergebnis in der Geschichte der W&W-Gruppe erzielen. Der **Jahresüberschuss nach IFRS** stieg auf 235,2 Millionen Euro nach Steuern. Dies sind 22 Prozent mehr als wir im Jahr 2011 erreicht haben, mit damals 192 Millionen Euro. Das ursprüngliche Zielergebnis in Höhe von 250 Millionen Euro hatten wir bereits im Dezember leicht revidiert, weil wir schon ein Stück Vorsorge für unseren nächsten Strategieschritt „W&W 2015“ treffen wollten. Die Erläuterungen hierzu haben wir in unserem Geschäftsbericht auf den Seiten 25 bis 27 als Überblick und auf den Seiten 27 bis 33 nach den Geschäftssegmenten dargestellt.

Zu wesentlichen Teilen ist dieses Erfolgs-Ergebnis dem Zukunfts- und Wachstumsprogramm „**W&W 2012**“ zu verdanken, auf- und umgesetzt von Anfang 2010 bis Ende 2012. Mehr als geplant, nämlich 98 Millionen Euro nach Steuern, also rund 40 Prozent des Konzernergebnisses, steuerte das Programm allein in seinem Abschlussjahr 2012 bei. In Summe hat „W&W 2012“ seit seinem operativen Start im Jahr 2010 einen Ergebnisbeitrag von 109 Millionen Euro nach Steuern geliefert.

Zu unserem Rekordergebnis 2012 haben beide Geschäftsfelder beigetragen.

Das Segment BausparBank steuerte mit 54,4 Millionen Euro mehr als das Doppelte als im Vorjahr bei. Das liegt vor allem an den 2011 getätigten Abschreibungen auf griechische Staatsanleihen, die wir im vergangenen Geschäftsjahr nicht mehr vornehmen mussten. Diese Tatsache bescherte auch der Personenversicherung mit 47,0 Millionen Segmentergebnis einen Anstieg im Vorjahresvergleich. Die Schaden- und Unfallversicherung trägt mit fast 100 Millionen Euro

wieder den größten Anteil am Konzernergebnis. Die disziplinierte und engagierte Arbeit der Württembergische Versicherung in den letzten Jahren zahlt sich damit aus – bei einer kombinierten Schaden- und Kostenquote von 94 Prozent und damit weit besser als der Wettbewerb. Auch unsere Service-Gesellschaften für Asset-Management, IT, Service und Produktion haben wichtige Ergebnisbeiträge geliefert; sie sind strategisch für uns von weiter wachsender Bedeutung.

Das **Neugeschäft** 2012 konnten wir im Vergleich zum Vorjahreszeitraum über fast alle Sparten steigern. Bei den gebuchten Bruttobeiträgen erzielte die **Württembergische** Versicherung einen Anstieg von 1,38 Milliarden Euro 2011 auf den Spitzenwert von rund 1,5 Milliarden Euro 2012. Das entspricht einem Plus von 7 Prozent, womit unsere Schaden- und Unfallversicherung deutlich besser abschneidet als die Gesamtbranche bei ebenfalls vergleichsweise moderater Schadenentwicklung. Insbesondere das Kraffahrtgeschäft entwickelte sich marktüberdurchschnittlich. Von der Stärke der Württembergischen Versicherung profitiert derzeit die gesamte Gruppe. In der Lebensversicherung stiegen die gebuchten Brutto-Beiträge um rund 2 Prozent auf 2,32 Milliarden Euro, nach 2,28 Milliarden Euro im Vorjahr. Im aktuellen Niedrigzinsumfeld, das Lebensversicherer extrem belastet, zeugt auch dieser Anstieg von unserer Leistungsfähigkeit und Vertriebskraft. Bei der Krankenversicherung erhöhten sich die gebuchten Brutto-Beiträge um mehr als 13 Prozent auf rund 156 Millionen Euro, nach rund 138 Millionen Euro im Jahr zuvor.

Auch **Wüstenrot** setzte das Wachstum fort. So wuchs das eingelöste Neugeschäft beim Bausparen zum fünften Mal in Folge, diesmal um 3,4 Prozent auf die neue Bestmarke von 12,2 Milliarden Euro Bausparsumme. Damit gelang es der Wüstenrot Bausparkasse ihre 2010 erreichte Position als Nummer 2 unter den deutschen Bausparkassen weiter zu festigen. Das Baufinanzierungsgeschäft ging 2012 leicht zurück, weil wir hier primär auf angemessene Risikoqualität und Deckungsbeiträge achten. Unter dieser Maßgabe ging das Kredit-Neugeschäft in Höhe von 3,6 Milliarden Euro, gegenüber 3,9 Milliarden Euro in 2011 zurück.

Dem Cross-Selling kommt in unserem Geschäftsmodell bekanntlich eine zentrale Bedeutung zu. Auch im letzten Jahr konnten wir den Anteil der Kunden unserer beiden Ausschließlichkeitsvertriebe erhöhen, die Leistungen von beiden Geschäftsfeldern nutzen. Deren Anteil stieg von 18,3 Prozent auf 18,8 Prozent, das sind inzwischen über 841.000 Kunden.

Meine Damen und Herren,

Wachstum und Neugeschäft ist uns weiter wichtig, insbesondere auch bei jungen Leuten, aber nur dann, wenn damit Werthaltigkeit und Nachhaltigkeit verbunden sind.

Unsere positive Neugeschäftsentwicklung führe ich auf zwei treibende Kräfte zurück: Da ist zum einen unsere leistungsstarke **Produktpalette**, die wir in Anpassung an die Neue Realität konsequent weiterentwickeln. Erst jüngst haben wir in der Lebensversicherung unsere erfolgreiche fondsbasierte „Genius“-Familie um das Produkt „Genius Sachwert“ erweitert – für alle Anleger und Vorsorge-Sparer, die ihre private Altersvorsorge vor Inflationsgefahren schützen wollen. Insgesamt geht es uns darum, über alle Produktsegmente hinweg optimal gerüstet zu sein für einen weiter steigenden Bedarf sicherer und flexibler privater finanzieller Vorsorge – sowohl

durch Geldanlage und Wohneigentum, Schutz von Hab und Gut als auch durch die Absicherung von Leben, Einkommen und Gesundheit.

Dass wir damit Maßstäbe setzen, bestätigen uns nicht nur unsere Kunden, sondern auch diverse renommierte **Auszeichnungen**, die wir gewonnen haben. So haben Stiftung Warentest/Finanztest, Focus Money und andere auch 2012 unsere Angebote unter die Lupe genommen: Ob Kundenzufriedenheit, Beratungsqualität, Leistung oder Erreichbarkeit – bei zahlreichen Tests belegten W&W-Unternehmen mit ihren Produkten Spitzenplätze. Gleich mehrfach Testsieger wurde **Wüstenrot**. Hier fand insbesondere die Finanzierungsberatung Anerkennung - im großen Beratungstest von Finanztest ließ sie ihre Mitbewerber weit hinter sich und erzielte mit der Gesamtnote 1,6 mit Abstand den ersten Platz. Andere Tests kamen zum selben Resultat: Euro am Sonntag krönte Wüstenrot zu „Deutschlands bester Bausparkasse“, und n-tv ernannte Wüstenrot zur „Top-Bausparkasse 2012“. Auch die Wüstenrot Bank erntete Lob: Börse online und n-tv prämierten sie als „Beste Direktbank des Jahres“ in der Kategorie Girokonto. Und unsere Wüstenrot Haus- und Städtebau durfte sich über die Auszeichnung als „Bellevue Best Property Agent“ freuen.

Ebenso fanden die Leistungen der **Württembergischen** viel Anerkennung. Mit „sehr gut“ und „gut“ schnitten sie bei der Kundenstudie Kubus ab – die Kunden sind mit der Betreuung sehr zufrieden. Die Altersvorsorgeprodukte der WürttlLeben wurden in allen drei Schichten prämiert, unter anderem von Focus Money, Franke & Bornberg sowie Morgen & Morgen. Finanztest wiederum vergab Auszeichnungen für Rechtsschutz-, Privat-Haftpflicht- und Zahn-Zusatz-Versicherungen der Württ. Hervorragende Ergebnisse erzielte auch unsere neue Unfallversicherung: Bereits im ersten Test schnitt sie als bestes Produkt ab.

Meine Damen und Herren,

neben unseren starken Produkten profitieren wir von der Leistungskraft unseres **Multikanalvertriebs**: Das Herz bilden nach wie vor die beiden Exklusivvertriebe von Wüstenrot und der Württembergischen mit je knapp 3.000 hochqualifizierten Beratern. Für umfassende, bedarfsgerechte Vorsorge-Lösungen bieten unsere Berater längst nicht mehr nur ihre jeweiligen angestammten Lösungen an, sondern auch die des jeweils anderen Geschäftsfelds. Weg vom reinen Produktverkauf, hin zur vernetzten Kundenberatung über alle vier Vorsorge-Bausteine hinweg, dafür rüsten wir unsere Ausschließlichkeitsvertriebe aus. Vor allem mit der Ausbildung zum „Zertifizierten Vorsorge-Spezialisten“ und mit der „W&W Vorsorge-Beratung“ als gemeinsamer Beratungsplattform von BausparBank und Versicherung. Vom Durchleuchten der Vorsorge-Situation des Kunden über die individuelle Vorsorge-Analyse, die gemeinsame Vorsorge-Planung und dauerhafte Betreuung – unsere Berater und Kunden können sich dabei auf optimale IT-Unterstützung verlassen.

Erfolgreich ergänzt wird unser Vertriebskonzept durch unser zum Teil noch neues aber insoweit bereits überplanmäßig erfolgreiches Netzwerk an Kooperations- und Partnervertrieben. Die ergänzenden Vertriebswege tragen heute zum Bausparneugeschäft mit etwa 40 Prozent einen maßgeblichen Anteil bei. In der weiteren Entwicklung sind der Maklervertrieb sowie unsere

Direktaktivitäten wie zum Beispiel das Online-Banking unserer Wüstenrot Bank. Insgesamt erreichen wir mit unserem Multikanalvertrieb vor Ort rund 40 Millionen Menschen in Deutschland – das ist weit mehr als die Hälfte der erwachsenen Bundesbevölkerung.

Erlauben Sie mir zum Abschluss des Vertriebssteils noch einen Blick auf Tschechien. Hier erzielten wir im Bausparneugeschäft ein Plus von 37,8 Prozent auf 1,1 Milliarden Euro. Damit haben wir auch die uns selbst gesteckten Ziele deutlich übertroffen und konnten Marktanteile hinzugewinnen. Wir sind nun auf den dritten Rang mit einem Anteil von 14,2 Prozent am tschechischen Bausparmarkt vorgerückt. Bei den Baudarlehen haben wir im Gleichklang mit unseren Überlegungen beim deutschen Geschäft bewusst weniger Neugeschäft angenommen. Wir liefen hier mit einem Minus von 32,0 Prozent bei 296,5 Millionen Euro aus. Die beiden Versicherungsgesellschaften konnten ebenso mit einem Neugeschäfts- und Bestandsplus gegenüber dem Vorjahr aufwarten, allerdings bewegen wir uns weiterhin in diesem Geschäft mit Marktanteilen von deutlich unter 1 Prozent.

Der Vertrieb der tschechischen Gesellschaften konnte im letzten Jahr einen großen Sprung Richtung Zukunftsfähigkeit machen. So haben wir die Steuerungsfähigkeit verbessert, unsere Kooperationen kräftig ausgebaut und – auch als richtungweisende Maßnahme für die gesamte Gruppe – unsere Direktaktivitäten so aufstellen können, dass wir im laufenden Jahr mit einem erheblichen Schub für „wüstenrot24“ in Tschechien rechnen können.

Meine Damen und Herren,

kommen wir zu unserem **Dividendenangebot**. Dafür maßgeblich ist das Geschäftsergebnis unserer Konzernmuttergesellschaft W&W AG, bilanziert gemäß HGB. Nach Steuern kam die W&W AG 2012 auf ein Ergebnis von 70,0 Millionen Euro; 74,6 Millionen Euro waren es im Jahr 2011. Damit liegen wir unter dem Planansatz von 100 Millionen Euro für 2012. Das liegt daran, dass einige unserer Tochtergesellschaften Ergebnisanteile nicht ausschütten sondern thesaurieren, um bei sich weiteres Kapital aufzubauen. Dennoch empfehlen Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung heute, für das Geschäftsjahr 2012 eine Dividende auszuschütten, die erneut 50 Euro-Cent je Stückaktie der W&W AG beträgt. Bezogen auf den Aktienkurs von 15,47 Euro zum Jahresende 2012, ergibt sich daraus eine Dividenden-Rendite von 3,2 Prozent.

Werfen wir jetzt gemeinsam einen Blick auf den **Kursverlauf der W&W-Aktie** im Geschäftsjahr 2012 – vergleichen Sie dazu auch die Seite 20 unseres Geschäftsberichts: Der Jahresauftakt zeigte sich ebenso freundlich wie der Gesamtmarkt: Ausgehend von einem Jahresschlusskurs 2011 von 14,30 Euro stieg die Aktie bis Mitte April auf ihren Jahreshöchstwert von 16,05 Euro. Die erneute Zuspitzung der Euro-Krise belastete im zweiten Quartal dann besonders die Finanzwerte. In der Folge gab auch die W&W-Aktie nach und sank im Juni auf ihr Jahrestief von 13,60 Euro. Parallel zum Gesamtmarkt setzte Mitte Juni dann eine Kurserholung ein, und schließlich beendete die W&W-Aktie das Jahr 2012 bei 15,47 Euro. Auf Jahressicht entspricht dies einem Kursplus von 8,2 Prozent. Aktuell notiert unsere Aktie bei 14,85 Euro. Sie weist damit im Quervergleich der Wettbewerber Potenzial nach oben auf, vor allem, wenn

1. unsere große Vertriebskraft und damit einhergehend unsere starke Wettbewerbsposition im Bauspar- und Versicherungsgeschäft,

2. unsere Maßnahmen zur Stärkung unserer Kapitalbasis,
3. das konsequente Angehen von Effizienz- und Ertragspotentialen im nächsten Strategieschritt,
4. die hohe Profitabilität v.a. der Sachversicherung und
5. die Nachhaltigkeit unserer Geschäftspolitik

in Betracht gezogen werden.

Damit komme ich zu unserer Geschäftsentwicklung im laufenden Jahr 2013, dem zweiten Abschnitt meiner drei Berichtsteile.

2. Erstes Quartal und weiterer Ausblick für das Geschäftsjahr 2013

Meine Damen und Herren,

unsere **Ergebnisse des ersten Quartals 2013** sind ebenfalls bereits bekannt – werfen wir gemeinsam einen kurzen Blick darauf:

Das eingelöste Neugeschäft der **Wüstenrot** Bausparkasse legte in den ersten drei Monaten deutlich um 6 Prozent auf knapp 2,9 Milliarden Euro zu. Das Kredit-Neugeschäft ging von 904 Millionen Euro auf 646 Millionen Euro zurück – doch der Fokus auf Qualität und Deckungsbeitrag brachte werthaltigeres Neugeschäft.

Bei den Personenversicherungen der **Württembergischen** lagen die gebuchten Bruttobeiträge im ersten Quartal 2013 mit knapp 624 Millionen Euro leicht über dem Vorjahreswert von 623 Millionen Euro. In der Schaden- und Unfallversicherung steigerten wir die gebuchten Bruttobeiträge um 4 Prozent auf 717 Millionen Euro. Darin zeigt sich abermals die exzellente nachhaltige Ergebniskraft dieses Geschäfts.

Für den weiteren Geschäftsverlauf bleiben wir zuversichtlich. Zwar trüben sich Konjunktur- und Geschäftserwartungen aktuell hier und da ein. Doch unterstützen der solide Arbeitsmarkt und die positive Einkommensentwicklung in Deutschland unser Geschäft. Im Übrigen erfüllen wir mit unseren Lösungen für Energieeffizienz, Vermögenserhalt und Sicherheit grundlegende Nachfrage Trends dieser Zeit. Insgesamt sehen wir für unser Angebotsprofil mit den vier Bausteinen Wohneigentum, Vermögensbildung, Zukunftssicherung und Risikoschutz weiteres reges Nachfrageinteresse; dabei geht es für uns um Qualität statt Quantität.

Per 31. März 2013 erzielten wir unter dem Strich ein IFRS-Konzernergebnis nach Steuern von 39,2 Millionen Euro. Damit liegen wir wie geplant unter dem Vorjahresquartal, in dem wir einen Konzerngewinn von 66,4 Millionen Euro erreichten, aber anteilig im Zielkorridor unseres Ergebnisziels für das Gesamtjahr von 125 Millionen Euro.

Geringere laufende Zinsergebnisse, höhere Kosten durch verschärfte Regulation auf breiter Front und die Berücksichtigung von Investitionsaufwand für die Umsetzung unseres nächsten Strategie-Programms sind für das niedrige Ergebnisziel für dieses Jahr verantwortlich, wie von uns schon Ende 2012 angekündigt. Zuversichtlich sind wir weiterhin, das Ergebnisziel für 2013

zu erreichen unter der Voraussetzung, dass unerwartete negative Entwicklungen am Kapitalmarkt oder beim Schadenverlauf über die jetzt eingetretene Hochwasserkatastrophe hinaus ausbleiben. An unserem mittelfristigen Ergebnisziel in Höhe von 250 Millionen Euro nach Steuern halten wir fest. Um dieses vor dem Hintergrund der neuen externen Rahmenbedingungen spätestens ab 2016 nachhaltig zu sichern, haben wir das nächste Strategie-Programm aufgesetzt, das bis Ende 2015 umgesetzt sein wird.

Damit bin ich bei dem dritten und wichtigsten Teil unseres Berichts heute vor Ihnen als unsere Eigentümer, bei der weiteren strategischen und operativen Ausrichtung unseres Konzerns auf die Neue Realität, auf die Herausforderungen und Chancen eines veränderten Kräftefeldes.

3. Einordnung der strategischen Ausrichtung und weitere Perspektiven

Wegen der Grundsätzlichkeit meiner Ausführungen an dieser Stelle zunächst ein Blick zurück:

- 1999 schlossen sich Wüstenrot, im Kern die älteste deutsche Bausparkasse, mit den noch älteren Versicherungen der Württembergischen zusammen; unter dem Dach der W&W AG, aber darunter bewusst getrennt aufgestellt, auch wenn es die Zeit der Euphorie für das Allfinanz-Konzept war.
- Im folgenden Jahrzehnt mussten beide Teile nacheinander aus unterschiedlichen Gründen mit jeweils hohem Aufwand saniert werden; zunächst die Württembergische und dann Wüstenrot.
- In der Folge gelang – vor allem auch über gezielte Zukäufe – der Ausbau des Vertriebs und ein höheres Ranking im jeweiligen Markt.
- Darüber hinaus wurden die beiden Konzernteile Wüstenrot und Württembergische im zweiten Teil des letzten Jahrzehnts in eine Gesamtverantwortung gebracht, mit stringenten Führungs- und Steuerungsstrukturen, mit einem Markenbild und einem Zielbild als Der Vorsorge-Spezialist. Dies war betriebswirtschaftlich erforderlich, regulatorisch inzwischen unumgänglich, kulturell ambitioniert und es war vor allem aus einer Kundenperspektive gedacht.
- Der Turn-around wurde über die verschiedenen Maßnahmen-Programme erreicht, mit überdurchschnittlichen Wachstumsraten und einer mehr als verzehnfachten Gewinnentwicklung.
- Diese Erfolge sind in ihrer Nachhaltigkeit durch den Einbruch, die Dauer und die weiteren Folgen der Banken- und Staatsschuldenkrise erheblich beeinträchtigt. Zugute halten können wir uns trotz der Rückschläge, dass wir die Krise ohne unsere Neuausrichtung, ohne unser Risikomanagement, nach Ansicht von Experten bisher als W&W so nicht überstanden hätten. Immerhin gehören wir zu den wenigen Instituten, die ohne Verlustjahr durch die fünf Jahre dauernde Krise gekommen sind.
- Die Folgen der Krise und der unabsehbar langen Niedrigzinspolitik, mit den verschärften regulatorischen Anforderungen auf allen Ebenen, vor allem in Bezug auf die

Kapitalausstattung, zwingen uns zu weitergehenden Anpassungen in unserem Geschäftsmodell. Dies verbinden wir mit neuen Weichenstellungen zur Absicherung und zur verstärkten Nutzung unseres Geschäftspotenzials, sowohl entlang weiterer nachhaltiger wie auch veränderter externer Bestimmungsfaktoren, auch entlang der Herausforderungen des Wettbewerbs von morgen.

- Unsere Chancen im Markt und die Zufriedenheit unserer Kunden werden weiter steigen – so unsere Analyse – wenn wir auf folgende Entwicklungen eingehen:
 - Das Bedürfnis nach mehr Sicherheit bei Finanzanlagen, bei geringerer Bereitschaft, sich längerfristig festzulegen.
 - Das Bedürfnis nach mehr Einfachheit und Transparenz, Verständlichkeit, Mitwirkung.
 - Das Bedürfnis nach Beratungsqualität bei beratungsintensiven Produkten und nach Preisvorteilen bei einfachen Produkten.
 - Das Bedürfnis nach Serviceeffizienz: Erreichbarkeit, Geschwindigkeit, Verlässlichkeit.
 - Das veränderte Selbstverständnis und Verhalten der jungen Generation mit hoher Leistungsbereitschaft, aber auch der Freude am „Leben im hier und jetzt“.
 - Das Bedürfnis nach Omni-Channel-Nutzung und (-Verknüpfung) sowie die Bedeutung der sozialen Netzwerke.
- Die digitale Revolution mit ihren neuen Möglichkeiten betrifft übrigens nicht nur Kunden und Vertrieb sondern sie drängt auf Veränderungen auf sämtlichen Stufen unserer Wertschöpfungsprozesse; und zwingt so von sich aus zur Vereinfachung.
- Dies geht einher mit der gewachsenen Bedeutung des Verbraucherschutzes: Neben Transparenz und Verständlichkeit zählen die Ausbildung und Vergütung der Vertriebe, Datenschutz, Bedarfsorientierung, Kostenentlastung, Leistungsfähigkeit der Produkte, Verlässlichkeit und damit Glaubwürdigkeit zu den Herausforderungen; pro-aktive Antworten der Branche sind wichtig und unterwegs, um aus dem Umgang mit oft skandalisierten Einzelvorwürfen heraus zu neuer Wertschätzung zu kommen, in Anerkennung der Leistungen unserer Mitarbeiter und der gesellschaftspolitischen Bedeutung unserer Unternehmen.
- Über allem steht die unabweisbar gewordene Pflicht, Vertrauen neu zu bestätigen und zu begründen, durch konsequente nachhaltige Kundenorientierung, durch regelgerechtes sowie korrektes, ehrbares Verhalten und durch gesellschaftliches Verantwortungsbewusstsein. Unsere vielen aufrichtigen Außendienstpartner, die zu vorderst von der langfristigen Zufriedenheit ihrer Kunden leben, und unsere gemeinnützige Wüstenrot Stiftung hinter unserer Mehrheitsgesellschafterin sind hierbei für uns Gradmesser und Referenz zugleich.
- Laut einer repräsentativen Kubus-Umfrage aus 2012 geben 94 Prozent der befragten Kunden der Württembergischen an, der Württembergischen zu vertrauen, bei Wüstenrot liegt der Wert bei 92 Prozent. Diese Ergebnisse bedeuten für uns Bestätigung und weiteren Ansporn zugleich.

- Nicht zuletzt geht es an dieser Stelle auch um die gewachsene Bedeutung der Arbeitgeberattraktivität, für die notwendige Gewinnung und Bindung der besten Köpfe und Talente. Entscheidend ist hierfür u.a. das Image als dynamisches, innovatives Unternehmen, flexible Arbeitszeitmodelle, Vereinbarkeit von Beruf und Familie, vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten und anpassungsfähige Karrierepfade, vor allem auch die Förderung von Frauen in Karrierelaufbahnen.

Meine Damen und Herren,

um mit unserer stabilen Eigentümerstruktur und dem Fokus auf Substanz und Wertorientierung den dargestellten Paradigmenwechsel für weitere Erfolge zu nutzen, passen wir in unserem Geschäftsmodell einige Weichenstellungen an. Wir gehen dabei weiter aus von der verbindenden Kraft unseres Zielbildes als Der Vorsorge-Spezialist.

Dabei setzen wir folgende Prioritäten:

1. Weiterer Kapitalaufbau zur Stärkung unserer Widerstandsfähigkeit, Wettbewerbsfähigkeit und Unabhängigkeit, wobei die verschärften regulatorischen Anforderungen das Minimum darstellen.
2. Hierzu Sicherung der erforderlichen Nachsteuer-Jahresergebnisse unter den neuen Bedingungen. Nach Umsetzung des Programms bis Ende 2015 streben wir dann nachhaltig pro Jahr ein Ergebnisniveau von 250 Millionen Euro nach Steuern an.

Dazu sind wir bei der Umsetzung folgender Maßnahmen:

1. Bedarfsbezogene Aktualisierung unseres Produktangebots, Verstärkung der Kundenkontakte, Erhöhung der Effektivität bei Beratung und Service, insgesamt mit Blick auf die aufgezeigten Kundenerwartungen.
2. Optimierung des Bestandsmanagements im Hinblick auf Kapitalbedarf, Zinsabhängigkeit und Wertbeiträge, in Verbindung mit der Produktneuentwicklung und entsprechender Anpassung des Vertriebsmix.
3. Spezifische Weiterentwicklung, Nutzung und Optimierung unserer Vertriebswege.
4. Optimierung unseres Kapitalanlagemanagements durch organisatorische Bündelung sowie ertrags- und risikoorientierte weitere Diversifizierung.
5. Kostenabbau
 - durch Reduzierung der overhead- und internen Service-Kosten;
 - durch Systemzusammenführungen, weitere Automation in Verbindung mit neuen Betriebsmodellen für Baufinanzierungs-, Vertrags- und Schadenbearbeitung;
 - durch Verringerung von Standortkosten, von Tarifkosten und von Eigenfertigung.

Der Abbau von Kosten ist auch deshalb so notwendig, weil wir Produkte mit zinsbedingt geringeren Bruttorenditen im Interesse unserer Kunden entlasten müssen, zur Sicherung einer wettbewerbsfähigen Nettorendite.

Insgesamt soll das jährliche Kostenniveau gegenüber der bisherigen Planung um mindestens 140 Millionen Euro Richtung 1 Milliarde Euro gesenkt werden, voll wirksam ab Ende 2015. Dabei ist ein Personalabbau von rd. 800 Stellen notwendig – ausgehend von 7.900 Vollzeitstellen, die wir zu Jahresbeginn 2013 im Inland hatten, Auszubildende nicht mitgerechnet. Arbeitgeber und Arbeitnehmervertreter haben bereits eine Vereinbarung unterzeichnet, den Stellenabbau so sozialverträglich wie möglich vorzunehmen. Das bedeutet, dass betriebsbedingte Kündigungen durch Verhandlung mit den einzelnen Betriebsräten vermieden werden sollen.

Bei der Bausparkasse ist der Kostenabbau in dem Maße deshalb erneut notwendig, weil hier immer noch ein belastend hoher Bestand aus Hochzinstarifen aus der Zeit vor 2006 existiert, der mit sinkenden Marktzinsen ein zunehmendes Defizit mit sich bringt. Auf der anderen Seite gestalten wir in diesem Geschäftsfeld ein wesentliches zukunftsbezogenes Marktprojekt, nämlich die Transformation der Wüstenrot Bank zur spezialisierten Direktbank für Konzern- und Neukunden.

Meine Damen und Herren,

für das Programm „W&W 2015“ mit den dargestellten Maßnahmen investieren wir insgesamt gut 200 Millionen Euro. Davon finanzieren wir auch die verschiedenen personellen Maßnahmen, externe Begleitung und unterstützende Kommunikation. Im Ziel wollen wir nach 125 Millionen Euro Konzernergebnis in 2013 dann 180 Millionen Euro in 2014 und 230 Millionen Euro in 2015 erreichen.

Nicht zuletzt die Ratingagenturen, die unsere Stärken und Schwächen stetig analysieren, setzen auf die Richtigkeit und den Erfolg unserer Maßnahmen. So stufte Standard & Poor's im Dezember 2012 alle Ratings der W&W-Gruppe um eine Stufe nach oben. Standard & Poor's honoriert damit insbesondere unsere starke Kapitalausstattung und gute Wettbewerbsposition. Fitch hat im Berichtsjahr die Bewertung sämtlicher Konzerngesellschaften bestätigt und somit auch das Pfandbriefrating der Wüstenrot Bank weiterhin mit der Top-Note „Triple A“ bewertet.

Ich komme nun zum Schluss:

Was wir uns bis 2015 vorgenommen haben, wird nicht leicht. Mehr denn je setzen wir auf Gestaltungswillen, Interesse an Veränderungen, Mut, Pragmatismus, Entscheidungs- und Überzeugungskraft, Leidenschaft und Begeisterungsfähigkeit.

Führungskräfte wie Mitarbeiter, im Innen- wie im Außendienst, haben schon bewiesen, dass sie neben anspruchsvollem Tagesgeschäft auch die Weichen für die Zukunft mitstellen können. Unser Dank gilt unseren Führungskräften und Fachleuten, der Belegschaft, vor allem auch den Betriebsräten, für ihre Beiträge zum gemeinsamen Ziel, im vergangenen Jahr und auf unserem weiteren Weg.

Unser besonderer Dank gilt weiterhin dem Aufsichtsrat, der uns stets verlässlich, aber auch kritisch begleitet und immer wieder den Rücken stärkt.

Und selbstverständlich danken wir Ihnen, verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, werte Aktionärsvertreter – sowie der Wüstenrot Holding als Mehrheitsaktionärin mit der Wüstenrot Stiftung. Sie haben uns in schwierigen Zeiten Rückhalt und Zuspruch gewährt. Sie sind, ebenso sehr wie wir, vom Potenzial und der Leistungsfähigkeit unserer Unternehmensgruppe mehr denn je überzeugt. Wir werden alles daran setzen, Ihr Vertrauen auch unter den neuen Vorzeichen zu bestätigen.

Ich danke Ihnen.