

**Ordentliche Hauptversammlung der
Wüstenrot & Württembergische AG**

**Rede von
Jürgen A. Junker,
Vorsitzender des Vorstands (CEO)**

Mittwoch, den 13. Juni 2018

Es gilt das gesprochene Wort!

I. Begrüßung

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

Ich begrüße Sie, auch im Namen meiner Vorstandskollegen, zur heutigen ordentlichen Hauptversammlung der Wüstenrot & Württembergische AG. Ich freue mich über Ihr Kommen und Ihr Interesse an unserem Unternehmen. Dieser direkte Kontakt mit Ihnen, auch wenn er zumeist nur einmal im Jahr erfolgen kann, ist uns sehr wichtig.

- Begrüßen möchte ich auch alle anwesenden Gäste, die Vertreter der Banken und die Vertreter der Medien.
- Ich möchte Ihnen skizzieren, was wir im Geschäftsjahr 2017 erreicht haben, wo wir bei der strategischen Weiterentwicklung und digitalen Transformation unserer Gruppe stehen und welche Erwartungen wir für das laufende Geschäftsjahr 2018 haben. Natürlich werde ich auch Ausführungen zu unserer Aktie und zu einigen Punkten der heutigen Tagesordnung machen.

II. Fazit Geschäftsjahr 2017

Meine Damen und Herren,

- das vergangene Geschäftsjahr 2017 der W&W-Gruppe verdient ohne Zweifel das Prädikat „erfreulich“. Es war ein erfolgreiches und zugleich bemerkenswertes Jahr, und dies gleich in dreierlei Hinsicht:
- Wirtschaftlich gesehen haben wir unsere **Ziele übertroffen** und ein Konzernergebnis nach Steuern von 258 Millionen Euro erreicht. Zunächst hatten wir ein Ergebnis in etwa auf der Höhe des Vorjahres erwartet. Der Gewinnanstieg gelang in einem unverändert sehr anspruchsvollen Marktumfeld. Sie alle kennen die Stichworte in diesem Zusammenhang: Null- und Negativzinsen, Regulationsdruck, neue Wettbewerber und teilweise schrumpfende Märkte.
- In strategischer Hinsicht haben wir viele Schritte nach vorne gemacht. Die W&W-Gruppe hat **erkennbar an Schlagkraft und Geschwindigkeit gewonnen** und ihr Profil geschärft. Im Vordergrund stand die digitale Transformation, verbunden mit der noch stärkeren Ausrichtung all unserer Produkte und Services an den Bedürfnissen der Kunden. Das sind Aufgaben, die uns in den kommenden Jahren weiter fordern werden und auf die wir unser Augenmerk in besonderem Maße legen.
- Damit einher geht das bereits 2015 bekannt gegebene Investitionsprogramm, das um zusätzliche Themenfelder erweitert wird. Alle wesentlichen Aktivitäten werden in unserer Initiative „W&W Besser!“ gebündelt. Dazu gehört auch der Aufbau neuer digitaler Geschäftsmodelle.
- Auch kulturell haben wir in unserer Gruppe einen Prozess initiiert, der zum Ziel hat, dass wir mit allem, was wir tun, täglich immer ein kleines bisschen besser werden. Die Bereitschaft, vielleicht sogar die **„Lust auf Veränderung“** zum Nutzen unserer Kunden muss immer mehr unser Handeln bestimmen. Fehler und Irrtümer können passieren, und wir lassen diese auch ausdrücklich zu. Diese Haltung macht unsere Initiative „W&W Besser!“ im Kern aus.
- Diese positive Bilanz für 2017 hat sich nicht von selbst eingestellt. Alles, was wir erreicht haben, mussten wir uns hart erarbeiten.
- Zuvorderst ist das gute Geschäftsjahr das Ergebnis der engagierten Arbeit von rund 13.000 Menschen, die für die W&W-Gruppe arbeiten. Sie betreuen Tag für Tag mit viel Marktexpertise und Know-how unsere Kunden. Sie sind dabei bereit, konsequent neue Wege einzuschlagen und das, was richtig ist, dann auch umzusetzen. Dafür möchte ich allen Mitarbeiterinnen, Mitarbeitern und Außendienstpartnern meinen Dank aussprechen. Dies geschieht auch im Namen meiner Vorstandskollegen, des Aufsichtsrats und – dessen bin ich mir sicher – auch in Ihrem Namen. Herzlichen Dank für diese tolle Leistung!

Meine Damen und Herren,

ich möchte näher auf den Jahresabschluss 2017 eingehen, wobei ich mich kurz fasse und auf unseren ausführlichen Geschäftsbericht verweise, der Ihnen allen vorliegt.

- Mit 258,0 Millionen Euro weist unsere Gruppe für 2017 einen **Konzernjahresüberschuss** aus, der, wie ich bereits erwähnt hatte, über unseren Erwartungen lag. Zunächst hatten wir einen Wert in etwa auf dem Vorjahresniveau von 235,3 Millionen Euro geplant. Am Ende stand ein Zuwachs von knapp 10 Prozent.
- Der größte Ergebnisbeitrag kam wie im Vorjahr aus dem **Segment Schaden- und Unfallversicherung**, in dem der Gewinn von 108,3 Millionen Euro auf 125,8 Millionen Euro stieg. Dabei wirkten sich das nach wie vor sehr gute versicherungstechnische Ergebnis, ein höheres Finanzergebnis und eine geringere Steuerbelastung positiv aus. Die Schaden-/Kostenquote in der Schaden- und Unfallversicherung braucht mit 90,7 Prozent den Vergleich mit unserem Wettbewerb nicht zu scheuen.
- Die **Verwaltungsaufwendungen** stiegen leicht um 2,2 Prozent auf 1,10 Milliarden Euro. Dabei wirkten sich die hohen Investitionen in Zukunftsprojekte wie unsere Digitalmarke „Adam Riese“ kostensteigernd aus, wobei die Personalaufwendungen aufgrund der geringeren Mitarbeiterzahl sanken.

Ich komme zum Neugeschäft. Mit der Vertriebsleistung unserer Gruppe im vergangenen Jahr können wir insgesamt zufrieden sein:

- Im **Bausparen** erreichte das Brutto-Neugeschäft mit 13,6 Milliarden Euro das hohe Niveau des Vorjahrs. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der Vorjahreswert von dem seinerzeit neu eingeführten Tarif „Wüstenrot Wohnsparen“ positiv beeinflusst gewesen war. Das Netto-Neugeschäft lag mit 11,5 Milliarden Euro zwar leicht unter Vorjahresniveau, entwickelte sich aber besser als der Markt insgesamt. Damit hat die Wüstenrot Bausparkasse erneut Marktanteile gewonnen und ihre Position als Nummer zwei der Branche in Deutschland gefestigt.
- Positiv ist auch: Unsere Branche scheint jene Zeit zu überwinden, in der das Bausparen in der Kritik stand. Das tut not, denn Bausparen ist moderner und lohnenswerter denn je. Es ist ein sehr flexibles Finanzprodukt, das in nahezu jede Lebenslage passt. Dies gilt umso mehr in Zeiten extrem niedriger Darlehenszinsen, die man sich mit einem Bausparvertrag für lange Zeit sichern kann.
- In der **Baufinanzierung** nahm das Neugeschäft konzernweit um 2,4 Prozent auf 5,5 Milliarden Euro zu und entwickelte sich damit wie im Vorjahr über dem Marktdurchschnitt.

- Das Neugeschäft in der **Schaden-/Unfallversicherung** der Württembergische Versicherung AG legte um 11,6 Prozent auf 232,0 Millionen Euro zu. Erfreulich ist, dass alle Bereiche – Kraftfahrzeugversicherung, Firmenkunden und Privatkunden – zu dem Wachstum beitrugen. Auch unsere neue Digitalmarke „Adam Riese“ verzeichnete einen ausgezeichneten Start.
- Bei der **Personenversicherung** lag das Neugeschäft in der Lebensversicherung unter Vorjahr, vor allem bedingt durch die bewusste Reduzierung des Einmalbeitragsgeschäfts. Hierbei wirkte sich die vom Gesetzgeber beschlossene Senkung des Höchstrechnungszinses zum 1. Januar 2017 entsprechend aus. Die gebuchten Bruttobeiträge in der Personenversicherung nahmen deshalb um rund 8 Prozent auf 2,13 Milliarden Euro ab, wobei die darin enthaltene Krankenversicherung ihren Wachstumskurs fortsetzte.
- Insgesamt konnten wir die Substanz in der Lebensversicherung durch hohe Zuführungen zur Zinszusatzreserve weiter stärken. Zudem pflegen wir bei der Württembergischen Versicherung unverändert eine konservative, risikobewusste Zeichnungspolitik. Wir wollen kein Wachstum auf Kosten unserer Profitabilität und des guten Risikoprofils des Vertragsbestands.

Meine Damen und Herren,

- die gute Geschäftsentwicklung ist auch eine Folge von strukturellen Veränderungen in unserer Gruppe. Eine wichtige Rolle spielte 2017 die Übertragung des Baufinanzierungs- und Pfandbriefgeschäfts sowie der Spar- und Anlageprodukte von der Wüstenrot Bank AG Pfandbriefbank auf die Bausparkasse. Wir waren damit die erste Bausparkasse Deutschlands mit einem aktiven Pfandbriefgeschäft, so wie es das 2015 novellierte Bausparkassengesetz ermöglicht.
- Die Umstellung wirkte sich positiv auf die Refinanzierung und Ertragslage unserer Bausparkasse aus; zugleich eröffnete sie neue Wachstumschancen rund um das Thema „Wohnen“, für das die Marke Wüstenrot künftig ganzheitlich stehen soll. Sie war zugleich die Voraussetzung, um der Wüstenrot Bank die Weiterentwicklung unter einem neuen Eigentümer zu ermöglichen. Ich komme darauf noch zu sprechen.

IV. Dividende und Aktienkurs

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

- die W&W AG will nicht nur in ihren Märkten, sondern auch am Kapitalmarkt ein attraktiver und verlässlicher Partner sein. Dazu gehört, dass wir Sie, meine Damen und Herren, angemessen am Unternehmenserfolg beteiligen.
- Das Ziel der Dividendenpolitik der W&W AG ist es, eine verlässliche Dividende mindestens auf Vorjahresniveau auszuschütten.
- Wir schlagen Ihnen heute vor, aufgrund der guten Ertragslage die **Dividende auf 65 Eurocent je Aktie anzuheben**. Verglichen mit der Ausschüttung im Vorjahr ist dies eine Anhebung von über 8 Prozent.
- Bezogen auf den Jahresschlusskurs 2017 in Höhe von 23,36 Euro ergibt sich daraus eine **Dividendenrendite von 2,8 Prozent**, die über der erwarteten gewichteten Dividendenrendite von MDAX (2,6 Prozent) und SDAX (1,8 Prozent) liegt.
- Im Geschäftsjahr 2017 hat sich die W&W-Aktie gut entwickelt: Sie erreichte einen Wertzuwachs von 26 Prozent und beendete das Jahr mit 23,36 Euro. Berücksichtigt man die Dividendenzahlung für das Jahr 2016, so zeigte die Aktie eine sehr ordentliche Gesamtperformance von 29,2 Prozent.
- In den ersten Handelstagen im April 2018 gab die Aktie im Handelsverlauf kurzzeitig auf ein Kursniveau von 18 Euro nach. Anleger zeigten sich in einer ersten Reaktion enttäuscht, dass der W&W-Konzern im laufenden Jahr nur mit einem Ergebnis leicht unter Vorjahresniveau rechnet. Die anschließende Kurserholung der W&W-Aktie zeigt aber, dass der Kapitalmarkt die in diesem Geschäftsjahr geplanten umfangreichen Investitionen in den Ausbau des digitalen Geschäfts positiv bewertet. Unsere **Analysten empfehlen geschlossen die W&W-Aktie weiter zum Kauf** mit Kurszielen bis 25,60 Euro.

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

kommen wir zur Zukunft der W&W-Gruppe. Diese Zukunft wird, wie Sie wissen, ganz wesentlich von der digitalen Transformation geprägt sein. Sie ist eines der zentralen Vorhaben bei unserem Ziel, unseren Konzern auf einen Kurs nachhaltigen profitablen Wachstums zu bringen.

Ich hatte Ihnen bereits auf der Hauptversammlung des vergangenen Jahres meine Gedanken und Planungen dazu skizziert. Lassen Sie mich auch heute ein paar grundsätzliche Anmerkungen machen.

- **„Digitalisierung“** ist ein Schlagwort, das jeder im Munde führt und unter dem jeder im Detail etwas anderes versteht. Es steht außer Frage, dass wir der wachsenden online-affinen Zielgruppe von bestehenden und künftigen Kunden für Vorsorgeprodukte ein überzeugendes Produkt- und Serviceangebot machen müssen, das ihren Ansprüchen an Flexibilität, Kosten und Convenience entspricht.
- Gleichwohl müssen wir mit dem gleichen Engagement unsere Kunden pflegen, für die der persönliche Kontakt zu ihrem Berater nach wie vor Priorität hat. Diesen Typus wird es auch künftig geben: Auch ihr Verhalten und ihre Anforderungen verändern sich, aber diese Kunden werden ihre Geld- und Vorsorgegeschäfte niemals ausschließlich online abwickeln. Denn private Vorsorge in ihrer ganzen Komplexität ist und bleibt für viele unserer Kunden ein „people’s business“.
- Was ist die Quintessenz daraus? – Das digitale Zeitalter ist **weder der unvermeidbare Untergang traditioneller Geschäftsmodelle noch die Antwort** auf alle Herausforderungen der Zukunft.
- Aber: Wir müssen unsere Geschäftsmodelle und die dafür nötigen Produktionsprozesse weiterentwickeln und anpassen. Das tun wir mit Hochdruck. Wir investieren massiv in neue Produkte und neue Technologien. Und wir sind auch bereit und vor allem in der Lage, das dafür nötige Geld – und dies ist nicht wenig! – in die Hand zu nehmen. Wir haben die Herausforderung Digitalisierung nicht mit Angst, sondern mit Offenheit und Respekt angenommen. Online-Angebote geben uns die Chance, schneller, beweglicher, kreativer und damit immer ein wenig besser zu werden. Die technischen Möglichkeiten geben uns die Chance, uns jeden Tag ein wenig neu zu erfinden. Kann es etwas Spannenderes geben?
- Aber wir werden nicht den Fehler machen, auf jeden Zug aufzuspringen. Wir schauen sehr genau, welche Angebote unseren Kunden wirklich einen Mehrwert bieten und welche unsere Ansprüche an Sicherheit und Seriosität erfüllen. Der Name W&W muss und wird auch künftig für Qualität stehen – egal ob offline oder online.

Meine Damen und Herren,
dieser Grundhaltung und Herangehensweise folgend, haben wir im Jahr 2017 und im bisherigen Verlauf dieses Jahres eine Reihe von strategischen Initiativen erfolgreich umgesetzt und gestartet. Ich möchte Ihnen einen Überblick geben – ohne Anspruch auf Vollständigkeit.

- Im Oktober 2017 ging unsere neue **Digitalmarke „Adam Riese“** für den Versicherungsmarkt an den Start. Kunden können über die Plattform einfach und bequem Basisprodukte abschließen. Der Vertrieb erfolgt digital direkt oder über Makler und Vergleichsportale. „Adam Riese“ richtet sich damit konsequent an eine Zielgruppe, die sich insbesondere auf Preis und Leistung eines Produkts konzentriert und Anbieter entsprechend über Makler oder selbst vergleichen will. Das Angebot wird sukzessive ausgeweitet: Seit Anfang März bietet „Adam Riese“ auch Rechtsschutzversicherungen an, und mit der Betriebshaftpflicht ist bereits das nächste Produkt in der Pipeline, gefolgt von einer Hausratversicherung und einer Sach-/Inhaltsversicherung. Letzteres ist wieder eine Versicherung für Gewerbekunden.
- Zu Beginn 2018 haben wir den **Finanzassistenten „FinanzGuide“** an den Markt gebracht. Es handelt sich um eine App, mit der Kunden ihr persönliches Versicherungs-, Bauspar- und Bankportfolio per Smartphone einsehen können. Sie haben die Möglichkeit, es zu verwalten und zu optimieren, Überweisungen zu tätigen oder Angebote anzufordern. Dabei können nicht nur die Produkte der W&W-Gruppe, sondern auch Produkte anderer Anbieter integriert werden. Der „FinanzGuide“ geht auf unsere Zusammenarbeit mit dem Fintech-Unternehmen treefin AG zurück, an dem wir 100 Prozent der Anteile halten.
- Ein Finanzguide, also ein umfassender Ratgeber in der Vielfalt unterschiedlicher Finanzprodukte, ist unser Konzern freilich schon lange. Dies gilt auch für die Rolle der Württembergischen: Aufgrund ihrer Größe ist sie deutlich agiler als andere Unternehmen am Markt. Die gewachsene Kultur – familiär, beständig, solide – und die Marktpräsenz einer so traditionsreichen Gesellschaft stellen einen wahren Schatz dar, aus dem man auch für die zukünftigen Herausforderungen schöpfen kann. Eine **besondere Position** besetzt die Württembergische im Wettbewerb als **„Partner des Mittelstands“**, verfügt sie doch hier über langjährige und besonders gute Kundenverbindungen. Durch die florierende Wirtschaftslage ist der Firmenkunden-Bereich **eines der größten Wachstumsfelder** unseres Versicherers, der durch seine sehr gute Service- und Beratungsqualität gerade hier punktet.
- Zum Thema Mittelstand gehören im Übrigen nicht nur die Absicherung von Sachwerten Gewerbetreibender sowie die Haftpflicht, bei denen die Württembergische sich engagiert. Auch die Gesunderhaltung der Mitarbeiter und damit die **betriebliche Altersvorsorge (bAV) ist ein wichtiges Feld für die Zukunft** mit entsprechendem Marktpotenzial.

- Anfang 2018 ging die webbasierte Wohnplattform „**Wüstenrot Wohnwelt**“ an den Start. Dies war ein sehr wichtiger Schritt, um die Marke Wüstenrot mit dem Thema „Wohnen“ noch enger zu verbinden. Die „Wüstenrot Wohnwelt“ bietet alle wichtigen Informationen etwa zu den Themenbereichen „Bauen oder Kaufen“, „Modernisieren“ oder „Altersgerecht wohnen“. Im großen Immobilienmarkt stehen mehr als 350.000 Wohnobjekte zur Sofort-Auswahl. Persönliche Beratung durch den Außendienstpartner vor Ort rundet das Angebot für die Kunden ab.
- Das neueste Angebot aus dem Hause W&W ist **NIST**, ein digitaler Finanzierungsassistent für den Immobilienkauf. Dabei handelt es sich um einen Konfigurator, um sich bei der Suche nach der besten Immobilienfinanzierung online schnell selbst zu orientieren, anstatt sich aufwendig Angebote erstellen zu lassen. Die Nutzer können dank eines Finanzierungszertifikats entscheidend beim Immobilienkauf profitieren.
- Wenn man so viele neue digitale Projekte anstößt, wie wir es tun, müssen wir auch die organisatorischen Voraussetzungen schaffen, um alle Aktivitäten bestmöglich zu koordinieren. Das haben wir getan: Seit Mai dieses Jahres fassen wir diese Geschäftsmodelle in dem **Geschäftsfeld W&W brandpool GmbH** zusammen.

Meine Damen und Herren,

- wenn Sie nun den Eindruck haben, dass die meisten Ressourcen in die digitalen Vertriebs- und Kommunikationskanäle wandern, so muss ich diesen Eindruck korrigieren. Natürlich stärken wir auch unsere stationäre Präsenz. Eine leistungsstarke Kundenbetreuung, also kompetenter Service und Beratung vor Ort, sind und bleiben das Herzstück unseres Unternehmens.
- Den Service und die Beratung vor Ort zu steigern, ist eine der Säulen von „W&W Besser!“. Dazu haben wir auch 2017 erheblich in Qualifizierung und Fortbildung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter investiert und das Vertriebsformat „Tandem“ deutlich ausgebaut. Es bündelt die Bauspar- und Versicherungskompetenzen in unserer Gruppe unter dem Dach eines Kunden-Beratungscenters. So tragen wir den Lebenssituationen vieler unserer Kunden besser Rechnung, die keine künstliche Trennung zwischen Vermögensaufbau und Absicherung wollen und deshalb einen einzigen Ansprechpartner bevorzugen.
- Mehr als 500 Außendienstpartner arbeiten mittlerweile auf Basis des Tandem-Vertriebsformats und die Zahl der Vorsorge-Center, die diese umfassende Beratung anbieten können, nahm im Jahr 2017 von 30 auf 49 zu.

VI. Tagesordnung HV

Meine Damen und Herren,

bevor ich zum laufenden Geschäftsjahr komme, möchte ich auf **einige wichtige Punkte der heutigen Tagesordnung** kurz eingehen. Ich bitte schon einmal vorab um Ihr Verständnis, dass es jetzt etwas formaler werden muss.

- Wie Sie der Einberufung zur heutigen Hauptversammlung entnommen haben, geht der in der Einberufung veröffentlichte Gewinnverwendungsbeschluss davon aus, dass die Gesellschaft bei Beschlussfassung über die Gewinnverwendung keine eigenen Aktien hält. Das ist nicht der Fall. Das Mitarbeiteraktienprogramm 2018 ist erfolgreich abgeschlossen, allerdings sind nicht sämtliche eigenen Aktien verwendet worden. Die Gesellschaft hält noch 126.726 eigene Aktien. Der in der Einberufung bekanntgemachte Beschlussvorschlag ist daher wie dort vorgesehen anzupassen.
- Vorstand und Aufsichtsrat schlagen dementsprechend vor, den Bilanzgewinn des Geschäftsjahres 2017 in Höhe von 65.174.244,51 EUR, unter Berücksichtigung der von der Gesellschaft derzeit gehaltenen 126.726 eigenen Aktien und in entsprechender Anpassung des in der Einberufung bekanntgemachten Beschlussvorschlags, bei unveränderter Ausschüttung einer Dividende von 0,65 EUR je dividendenberechtigter Aktie wie folgt zu verwenden:
 - Zahlung einer Dividende in Höhe von 0,65 EUR je dividendenberechtigter Stückaktie, also insgesamt EUR 60.854.946,10 EUR;
 - Einstellungen in andere Gewinnrücklagen in Höhe von 4.000.000 EUR.
 - Vortrag auf neue Rechnung in Höhe von 319.298,41 EUR.

Gesamt EUR 65.174.244,51 EUR.

- In den Tagesordnungspunkten 8 und 9 schlagen Vorstand und Aufsichtsrat Ihnen jeweils vor, **neue Kapitalrahmen** zu schaffen. In Tagesordnungspunkt 8 geht es um die Aufhebung des bestehenden Genehmigten Kapitals aus dem Jahr 2014 und die Schaffung eines neuen Genehmigten Kapitals gegen Bar- und/oder Sacheinlagen und mit einer Laufzeit bis zum 12. Juni 2023. Grund ist, dass der bestehende Kapitalrahmen, von dem bisher kein Gebrauch gemacht wurde, am 29. 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 2014. Im Falle einer vollständigen Ausnutzung würde das Genehmigte Kapital 2018 einer Erhöhung des aktuellen Grundkapitals unserer Gesellschaft um gut 20 Prozent entsprechen.

- In Tagesordnungspunkt 9 schlagen Vorstand und Aufsichtsrat Ihnen vor, die bestehende Ermächtigung aus dem Jahr 2014 zur Ausgabe von Options- und Wandelschuldverschreibungen, Genussrechten, Gewinnschuldverschreibungen oder einer Kombination dieser Instrumente aufzuheben. Die Ermächtigung wurde bislang nicht genutzt und läuft am 27. Mai des kommenden Jahres aus. Dafür soll eine **neue Ermächtigung** geschaffen werden, die bis zum 12. Juni 2023 laufen soll. Der Gesamtnennbetrag aller auszugebenden Finanzierungsinstrumente beträgt dabei bis zu einer Milliarde Euro. Das dafür neu zu schaffende Bedingte Kapital soll mit 240 Millionen Euro, das sind 49 Prozent des Grundkapitals unserer Gesellschaft, die gleiche Höhe haben wie das bestehende Bedingte Kapital 2014.
- Zu den Einzelheiten der beiden Tagesordnungspunkte verweise ich auf die Einladung zur Hauptversammlung und hier vor allem auf die Berichte des Vorstands zu den entsprechenden Tagesordnungspunkten 8 und 9.
- Die heute zur Abstimmung stehenden Kapitalrahmen gehören in das übliche Instrumentarium einer Gesellschaft von der Größe und Komplexität der Wüstenrot & Württembergische AG und der W&W-Gruppe insgesamt. Sie geben uns die Möglichkeit und nötige Flexibilität, im Fall von günstigen Kapitalmarktbedingungen unsere Eigenmittel- und Finanzierungsbasis zu vergrößern und zu optimieren. Ich hatte Ihnen bereits erläutert, dass unsere Gruppe vor vielfältigen Herausforderungen steht und ehrgeizige Pläne im Zusammenhang mit der digitalen Transformation hat. Vorstand und Aufsichtsrat halten deshalb die heute vorgeschlagenen Ermächtigungen für wichtig und bitten um Ihre Zustimmung.
- Nun zum Tagesordnungspunkt 10: Darin bitten wir Sie um die Zustimmung zu einem Beherrschungsvertrag zwischen der Wüstenrot & Württembergische AG und der W&W brandpool GmbH.
- Die Gesellschafterversammlung der W&W brandpool GmbH hatte dem Vertrag bereits am 18. April zugestimmt. Er sieht im Kern vor, dass die Wüstenrot & Württembergische AG der W&W brandpool GmbH Anweisungen erteilen kann und im Gegenzug verpflichtet ist, Verluste der Tochtergesellschaft auszugleichen. Da unsere Gesellschaft Alleineigentümer ist, sind Rechte Dritter nicht betroffen. Auch hier möchte ich zu den Einzelheiten auf die Einladung zur Hauptversammlung und die ausliegenden Unterlagen wie unter anderem den Bericht des Vorstands verweisen.
- Ein solcher Beherrschungsvertrag ist – gerade innerhalb eines Konzerns – ein übliches Instrument, das eine effiziente und abgestimmte Unternehmensführung ermöglichen soll. Wie ich bereits sagte: Die W&W brandpool bündelt als neues Geschäftsfeld unsere digitalen Geschäftsmodelle und hat damit eine hohe strategische Bedeutung für unsere Gruppe. Deshalb liegt es in unserem Interesse, dass wir auf diese wichtigen Aktivitäten einen direkten Einfluss haben. Deshalb bitte ich um Ihre Zustimmung zum Tagesordnungspunkt 10.

Meine Damen und Herren,

- Was erwarten wir vom laufenden Geschäftsjahr 2018? Sicher ist: **Dieses Jahr wird uns noch stärker fordern als das vergangene.** Die Niedrigzinspolitik der EZB, der hohe Regulierungsdruck und der wachsende Wettbewerb bleiben unsere Begleiter.
- Wir führen deshalb unsere strategischen Initiativen konsequent weiter. Die digitale Transformation der W&W-Gruppe ist ein Katalysator für das Erreichen unserer Wachstumsziele. Es bleibt dabei, was ich bereits auf der Hauptversammlung des vergangenen Jahres herausgestellt habe: Wir müssen bei allem, was wir tun, schneller, besser und kreativer als der Wettbewerb sein. So einfach ist das und so schwer.
- Ich hatte seinerzeit auch betont, dass wir kritisch prüfen müssen, welche Geschäfte wir weiterhin selbst anbieten wollen, bei welchen Geschäften eine Partnerschaft sinnvoll wäre und was wir künftig nicht mehr machen wollen.
- Im Sinne dieser Fokussierung haben wir Ende März den Verkauf der Wüstenrot Bank AG Pfandbriefbank an die Bremer Kreditbank AG bekannt gegeben. Seit der Verlagerung des Baufinanzierungsgeschäfts auf die Wüstenrot Bausparkasse AG bietet die Wüstenrot Bank vor allem einfache Bankprodukte wie Girokonten oder Einlagenservice an. Das sind Standardprodukte, bei denen wir uns letztlich nicht vom Wettbewerb entscheidend differenzieren können. Durch die Veräußerung bauen wir zugleich die bestehende Vertriebskooperation mit der Oldenburgischen Landesbank aus, die eine Tochter der Bremer Kreditbank AG ist. Die Oldenburgische Landesbank vertreibt bereits seit Langem Bausparverträge von Wüstenrot.
- Unser Wachstum, der Umbau unserer Gruppe und die digitale Transformation aller Geschäftsbereiche erfordern **hohe Investitionen**: Wir müssen in neue Produkte, in neue Technologien, in die Qualifikation unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und in neue Arbeitswelten investieren. Wir sind dazu bereit, und – noch wichtiger – wir können es uns leisten! Die W&W-Gruppe hat für den **Zeitraum 2018 bis 2020 Ausgaben von 820 Millionen Euro budgetiert** – das ist das größte Investitionsprogramm in der Geschichte unseres Unternehmens.
- Ein zusätzlicher Schwerpunkt ist die weitere Qualifizierung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Und wir investieren auch in moderne Formen der Zusammenarbeit, allen voran in den Bau des neuen W&W Campus am Standort Kornwestheim. Dort werden bis zum Jahr 2023 rund 4.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter arbeiten.
- Investitionen müssen natürlich verdient werden. Dazu muss unsere Gruppe weiter wachsen und kosteneffizienter werden. Unser ambitionierter Anspruch ist unverändert, in zentralen Feldern über dem Marktdurchschnitt zu wachsen

und im langfristigen Schnitt die Produktivität im Konzern um rund fünf Prozent pro Jahr zu steigern – so wie es uns vergangenes Jahr gelungen ist.

- Dabei kann man nicht oft genug betonen: Höhere Produktivität ist nicht allein das Ergebnis geringerer Kosten, sondern auch das Ergebnis von mehr Effizienz, Schnelligkeit und Kreativität im Markt.

VIII. Q1 und Finanzprognose 2018

- Was die wirtschaftliche Entwicklung der W&W-Gruppe in diesem Jahr betrifft, sind wir zuversichtlich, an die gute operative Entwicklung des Jahres 2017 anknüpfen zu können.
- Wir hatten einen guten Start ins Geschäftsjahr: Im ersten Quartal 2018 haben wir eine sehr solide Geschäftsentwicklung verzeichnet. Angesichts des Investitionsprogramms lag der Konzernüberschuss mit 58,0 Millionen Euro, wie geplant, unter dem entsprechenden Vorjahreswert (69,5 Millionen Euro).
- Im **Baufinanzierungsgeschäft** erreichte die W&W-Gruppe im ersten Quartal ein Plus von 6,3 Prozent auf 1,4 Milliarden Euro (inklusive Vermittlungen ins Fremdbuch).
- Im **Bausparen** konnte die Wüstenrot Bausparkasse ihre Stellung als zweitgrößte deutsche Bausparkasse behaupten. Mit 3,5 Milliarden Euro (Vorjahr: 3,7 Milliarden Euro) lag das Brutto-Neugeschäft nach Bausparsumme im Rahmen der Erwartungen. Das Netto-Neugeschäft betrug 2,6 Milliarden Euro (Vorjahr: 3,0 Milliarden Euro). Für beide Werte erwartet die Wüstenrot Bausparkasse im Gesamtjahr 2018 Zuwächse.
- In der **Schaden- und Unfallversicherung** legten die Neubeiträge um 6,2 Prozent auf 95,8 Millionen Euro zu (Vorjahr: 90,2 Millionen Euro). Trotz höherer Elementarschäden blieb die Combined Ratio (Schaden-/Kostenquote) brutto mit 87,4 Prozent nahezu konstant.
- In der **Personenversicherung** wuchsen die gebuchten Bruttobeiträge auf 550,9 Millionen Euro nach 545,9 Millionen Euro im Vorjahr.
- Auch der Start in das zweite Quartal 2018 ist gelungen. Der positive Trend hat sich im Neugeschäft verfestigt.
- Was das Gesamtjahr 2018 angeht, so bestätige ich heute die Aussagen, die ich auf der Jahrespressekonferenz Ende März gemacht habe. Wir gehen für den W&W-Konzern davon aus, dass aufgrund der hohen zusätzlichen Investitionen vor allem in die digitale Transformation der sehr gute Jahresüberschuss aus dem Vorjahr nicht erreicht werden wird. Wir erwarten jedoch, dass der Jahresüberschuss oberhalb von 200 Millionen Euro liegen und damit ein nach wie vor solides Niveau haben wird.
- Am langfristigen Ziel eines Konzernüberschusses von 220 bis 250 Millionen Euro halten wir unverändert fest.

IX. Schlusswort

Sehr geehrte Aktionärinnen, sehr geehrte Aktionäre,

unser Anspruch ist, dass die Wüstenrot & Württembergische-Gruppe als einer der **Gewinner aus den Umbrüchen unserer Branche hervorgehen wird**. Wir sind ein Unternehmen im Aufbruch, und wir gehen unseren Weg mit Augenmaß, aber konsequent. Wir haben dabei viel in der Waagschale:

- Die W&W-Gruppe hat mehr als sechs Millionen Kunden und kann mit ihrem eigenen Außendienst und über Partner- und Maklervertriebe mehr als 40 Millionen Menschen in ganz Deutschland erreichen.
- Wir haben ein erprobtes und profitables Geschäftsmodell, das langfristig ausgerichtet, wachstumsorientiert und risikoavers ist.
- Wir haben zahlreiche und vor allem die richtigen Initiativen auf den Weg gebracht, um aus der Digitalisierung für uns bestmöglichen Nutzen zu ziehen. Die Leitschnur bei allem Handeln ist dabei der Kundennutzen.

Vor uns liegt ein spannender Weg! Ich danke Ihnen, verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, für Ihre Unterstützung und Ihr Vertrauen. Unser Dank gilt auch unserem Haupteigner, der Wüstenrot Stiftung, für seine Verbundenheit.

Ich hoffe, dass Sie alle die Wüstenrot & Württembergische-Gruppe auf ihrem Weg weiter begleiten werden.

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!