

**Ordentliche Hauptversammlung der
Wüstenrot & Württembergische AG**

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

**Ludwigsburg
Mittwoch, 5. Juni 2019**

Es gilt das gesprochene Wort.

I. Begrüßung und Einleitung

- Guten Tag, sehr geehrte Aktionärinnen, sehr geehrte Aktionäre, meine sehr verehrten Damen und Herren. Ich begrüße Sie – natürlich auch im Namen meiner Vorstandskollegen – zur ordentlichen Hauptversammlung der Wüstenrot & Württembergische AG. Wir freuen uns, dass Sie heute den Weg nach Ludwigsburg gefunden haben und damit Ihr Interesse an unserem Unternehmen dokumentieren.
- Mein Gruß gilt natürlich auch allen anwesenden Geschäftspartnern, den Vertretern der Banken und der Medien. Schön, dass Sie hier sind.
- Ich möchte Ihnen zunächst einen Überblick geben, was die W&W-Gruppe im vergangenen Jahr erreicht hat und wo wir bei der strategischen Weiterentwicklung des Unternehmens stehen – rund zwei Jahre, nachdem wir unseren Aufbruch in eine noch kundenorientiertere und digitalere Zukunft begonnen haben.

II. Status quo W&W-Gruppe

Meine Damen und Herren,

- die W&W-Gruppe kommt bei ihrem **Aufbruch wirtschaftlich wie strategisch sehr gut voran**. Der Aufbruch in die digitale Zukunft ist immer stärker dabei, die ganze Gruppe auf allen Ebenen zu erfassen. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, unser Außendienst, unsere Vertriebspartner – alle arbeiten mit Nachdruck daran mit. Es bereitet große Freude, jeden Tag zu sehen, welche Energie freigesetzt wird, um dieses Unternehmen nach vorne zu tragen.
- Dieser Prozess erfordert Engagement, die Bereitschaft, Neues auszuprobieren, es zu übernehmen, wenn es gut ist, und es zu verwerfen, wenn dies nicht der Fall ist. Vor allem die Digitalisierung kostet Geld, und wir brauchen auch Zeit, um den Wandel voranzutreiben. Aber wir sind nicht nur bereit, diese Ressourcen ausreichend zur Verfügung zu stellen, wir müssen es auch. Denn am Ende ist der **Wandel für die langfristige Wettbewerbsfähigkeit der W&W-Gruppe alternativlos**. Dies, so glaube ich, wird niemand in unserer Gruppe ernsthaft bestreiten.

- Der **gesamte Wettbewerb**, die gesamte Branche, nicht nur in Deutschland, befindet sich in einem **Umbruch**, wie wir ihn noch niemals zuvor erlebt haben. Die Digitalisierung ändert alles. Aber sie bietet dem, der sie nutzt, der die Nase vorne hat, der die Schwerpunkte richtig setzt und der zudem die Kunden in den Mittelpunkt stellt, auch enorme Chancen. Wir sind entschlossen, diese Chancen für Ihre W&W-Gruppe zu nutzen. Und wir wollen in den kommenden Jahren zu den Gewinnern dieses großen Umbruchs gehören. Wir sind dabei auf einem sehr guten Weg. Aber noch ist erst ein Teil davon zurückgelegt.
- **Unser Aufbruch in die digitale Zukunft** – dies möchte ich kurz in Erinnerung rufen – hat im Wesentlichen **vier strategische Ziele**:
 - Erstens: Wir wollen unsere rund 6 Millionen **Kunden** besser bedienen und sie für die Leistungen der W&W-Gruppe begeistern. Mir ist klar: Viele Wettbewerber im Finanzdienstleistungsgewerbe postulieren die Ziele Kundenfreundlichkeit und Kundenorientierung, da sind wir nun wirklich nicht die einzigen. Richtig ist aber auch: Bei vielen bleibt es bei den Postulaten. Wir wollen zu denen gehören, die den Worten auch Taten folgen lassen. Und das gilt im digitalen wie im analogen Kontakt mit den Kunden.
 - Zweitens: Wir entwickeln unsere **Kerngeschäfte** in den Bereichen Wohnen und Versichern weiter. „Wüstenrot“ zum Beispiel ist heute eben keine Marke mehr, die nur für das Finanzprodukt „Bausparen“ steht, sondern mehr und mehr mit dem gesamten Thema „Wohnen“ in Verbindung gebracht wird. Das ist weit mehr, als nur vier Wände zu finanzieren.
 - Drittens: Wir bauen **innovative digitale Geschäftsmodelle** mit neuen Produkten und Marken auf, und wir tun dies im Übrigen sehr erfolgreich. Wir erschließen uns damit neue Kundengruppen und neue Marktsegmente.
 - Und schließlich viertens: Wir steigern in der gesamten Gruppe **Schnelligkeit, Effizienz und Servicequalität**, indem wir unnötige Strukturen abbauen, in eine leistungsfähige IT investieren und unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Außendienstpartner, es sind rund 13.000 in der gesamten W&W-Gruppe, bestmöglich aus- und weiterbilden. Wir nehmen sie mit auf den Weg in die digitale Welt und verschaffen ihnen damit auch völlig neue persönliche Perspektiven.

- Für alle diese Veränderungen, für diesen Wandel gibt es bei uns eine ebenso griffige wie treffende Überschrift: „**W&W Besser!**“. Sie steht für alle Initiativen und Projekte, die den soeben skizzierten strategischen Zielen dienen. Aber „W&W Besser!“ ist noch mehr: Die Überschrift fasst eine Haltung zusammen, sie beschreibt die Art und Weise, wie wir in unserer Gruppe denken und arbeiten wollen. Sie beschreibt das, was ich des Öfteren als „**Lust auf Veränderung**“ bezeichnet habe, also als
 - eine Haltung, die bei allem den konkreten Nutzen für den Kunden in den Vordergrund stellt,
 - eine Haltung, die scheinbar Bewährtes nicht als gegeben akzeptiert, sondern hinterfragt,
 - eine Haltung, die keine Angst vor neuen, unbekanntem Wegen und vor möglichen Fehlern hat,
 - eine Haltung, die Chancen darin sieht, Neues auszuprobieren.
- Den Wandel schaffen wir aber nur, wenn wir eine **agile Organisation** sind, die Veränderungen nicht nur zulässt, sondern fordert und treibt. „W&W Besser!“ beschreibt somit weniger eine große strategische Vision, sondern es ist eine **Orientierung für unser tägliches Handeln** – heute und hier.
- Den **Wandel der W&W-Gruppe** – dies ist für mich ein ganz entscheidender Aspekt – können und werden wir **aus eigener Kraft realisieren**. Das Geschäftsjahr 2018 hat erneut gezeigt: Unser Konzern ist operativ erfolgreich, profitabel und bilanziell hochsolide. Diese **wirtschaftliche Wetterfestigkeit** verschafft uns den Handlungsspielraum, die nötigen Veränderungen vorzunehmen und dabei auf niemanden angewiesen zu sein. Vor diesem Hintergrund hatten wir 2018 ein umfassendes **Investitionsprogramm** gestartet.
- Diese Position der Stärke ist auch deshalb wichtig, weil wir **von den Märkten keine Unterstützung** erwarten dürfen – dies wird sich leider auch im laufenden Jahr nicht ändern. Die nicht enden wollende Niedrigzinspolitik der EZB und der ebenfalls nicht enden wollende Zuwachs an regulatorischen Vorschriften haben uns 2018 begleitet und werden dies auch weiterhin tun. Auch der Wettbewerb nimmt nochmals an Intensität zu. Andere Anbieter versuchen mit ihren Angeboten im Internet jeden Tag aufs Neue, Kunden glauben zu machen, sie hätten die Welt neu erfunden. Natürlich haben sie das nicht.
- Dies alles kann man beklagen. Wir stehen jedoch dafür, diese Herausforderungen **unverändert offensiv anzunehmen**.
- Die Wettbewerber, die in den Medien häufig als „disruptiv“ gefeiert werden, müssen wir ernst nehmen. Wir können auch nicht selten von ihnen lernen, was beispielsweise Agilität, Innovationskraft und Schnelligkeit betrifft.

- Richtig ist aber auch, dass so manche dieser neuen Anbieter ihrerseits gerade lernen, dass ein digitales Geschäftsmodell alleine nicht ausreicht, sondern dass in unserer Branche **stabile und sichere Prozesse, Service für und Kommunikation mit den Kunden** und auch **Erfahrung** und Qualität die Voraussetzungen für nachhaltige und damit langfristige Geschäfte sind. Vermögensaufbau und Vorsorge in ihrer ganzen Komplexität werden immer Themen sein, die auf **Vertrauen** basieren und für die es mehr braucht als eine digitale Plattform.

III. Wesentliche Kennzahlen 2018 – GuV

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

- damit komme ich zum Geschäftsjahr 2018. Es hat insgesamt **erfreuliche Geschäftszahlen** geliefert und gezeigt, dass der Wandel der W&W-Gruppe erfolgreich ist und in die richtige Richtung weist.
- Der **Konzernjahresüberschuss** erreichte 215,2 Millionen Euro und lag damit – wie erwartet – oberhalb der Marke von 200 Millionen Euro. Dass er unter dem Vorjahreswert von 258,0 Millionen Euro bleiben würde, hatten wir eingeplant und dem Kapitalmarkt auch frühzeitig mitgeteilt. Zum einen drückte die erstmalige Anwendung des Standards IFRS 9 optisch auf die Ertragslage. Nach dieser Regelung müssen wir Finanzinstrumente in einem größeren Umfang als bisher erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bilanzieren. Zum anderen wirkten sich natürlich unsere signifikanten Zukunftsinvestitionen aus. Den geplanten Ertragsrückgang nehmen wir bewusst in Kauf, denn mit diesen Investitionen schaffen wir die **Grundlage für ertragreiches Wachstum in der Zukunft**.
- Erfreulicherweise gelingt es uns, die laufenden Kosten gut im Griff zu behalten und damit die **Effizienz im Konzern** weiter zu erhöhen. So stiegen die **Verwaltungsaufwendungen** 2018 konzernweit um weniger als 1 Prozent und blieben damit unter der Inflationsrate in Deutschland von 1,9 Prozent und zugleich weit unter den Steigerungen aus tariflichen Gehaltserhöhungen. In den Verwaltungskosten sind neben den Tarifsteigerungen auch höhere Marketingkosten für den neuen Markenauftritt der Württembergischen Versicherung sowie Aufwendungen für unseren neuen Campus in Kornwestheim verarbeitet. Trotz dieser Mehrbelastungen ist es gelungen, die **Produktivität im W&W-Konzern um 5 Prozent zu steigern** und damit eines unserer zentralen wirtschaftlichen Ziele zu erreichen. Dies hat, wie bereits ausgeführt, viel mit **Kostendisziplin** zu tun, aber auch mit unserem Bestreben, täglich „Besser!“ zu werden.

- Mit Abstand größter Ertragsbringer des Konzerns war auch 2018 das Segment **Schaden- und Unfallversicherung**, das den Überschuss von 125,8 Millionen Euro auf 131,4 Millionen Euro erhöhte. Basis war das sehr gute versicherungstechnische Ergebnis, das sich gegenüber dem Vorjahr nochmals verbessert hat. Die Schaden-/Kostenquote in diesem Segment sank um 1,2 Prozentpunkte auf 89,5 Prozent – das ist ein branchenweit sehr respektabler Wert, der nicht zuletzt auf unsere unverändert vorsichtige Zeichnungspolitik zurückzuführen ist.
- Auch das **Segment BausparBank** konnte den Überschuss im Jahr 2018 gegenüber dem Vorjahr erhöhen, während das Ergebnis in der **Personenversicherung** rückläufig war. Das **Segment „Sonstige/Konsolidierung“** schloss ausgeglichen ab; im Jahr zuvor waren hier noch Einmaleffekte aus einem Beteiligungsverkauf sowie steuerliche Sondererträge angefallen.

IV. Wesentliche Kennzahlen 2018 – Neugeschäft

- Wenn wir das **Neugeschäft** der W&W-Gruppe im vergangenen Jahr anschauen, so verdient dieses insgesamt das Prädikat „**sehr zufriedenstellend**“. Die Resultate zeigen die Vertriebsstärke, die unsere Unternehmensgruppe auszeichnet:
- Das **Brutto-Bausparneugeschäft** nahm gegenüber dem Vorjahr leicht zu und erreichte 13,8 Milliarden Euro nach 13,6 Milliarden Euro im Vorjahr. Das Netto-Neugeschäft, also das eingelöste Neugeschäft, lag mit 11,4 Milliarden Euro 0,9 Prozent unter dem Vorjahr.
- In der **Baufinanzierung** haben wir ein Wachstum des Neugeschäfts von 14 Prozent auf gut 5,5 Milliarden Euro verzeichnet. In dieser Zahl enthalten sind auch Vermittlungen ins Fremdbuch. Diese gute Entwicklung ist sicherlich auf den Ausbau der Produktpalette in der Baufinanzierung der Wüstenrot Bausparkasse zurückzuführen. Aber auch schnellere, kundenfreundlichere Kreditprozesse und neue Onlineangebote trugen zum Erfolg bei. Die Wüstenrot Bausparkasse ist damit weiterhin unangefochten die **Nummer zwei der Branche** in Deutschland. Diese Position haben wir durch den im Dezember 2018 erfolgten **Erwerb der Aachener Bausparkasse** weiter gestärkt. Ich komme auf diese Akquisition noch zu sprechen.
- In der **Schaden-/Unfallversicherung** der Württembergischen Versicherung AG nahmen die gebuchten Bruttobeiträge um 5,5 Prozent auf 1,85 Milliarden Euro zu. Das Kfz-Geschäft und die Firmen- und Privatkundensparte trugen zu dem Wachstum bei, letztere nicht zuletzt dank der guten Entwicklung unserer Digitalmarke „Adam Riese“, die erstmals volle 12 Monate eingerechnet wurde.

- Im **Segment Personenversicherung** wuchsen die gebuchten Bruttobeiträge der **Lebensversicherung** um 4,1 Prozent auf 1,97 Milliarden Euro, vor allem dank deutlich höherer Einmalbeiträge. Die **Krankenversicherung** blieb ebenfalls auf Wachstumskurs und erhöhte die gebuchten Bruttobeiträge um 8,0 Prozent auf 250 Millionen Euro. Im vergangenen Jahr haben wir unser Produktangebot vor allem bei den Krankenzusatz- und Pflegezusatzversicherungen weiter ausgebaut, was auf eine positive Resonanz im Markt gestoßen ist.

V. Dividendenvorschlag und Aktie

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

- Vorstand und Aufsichtsrat wollen Sie auch in diesem Jahr am Erfolg Ihres Unternehmens angemessen beteiligen. Der heutigen ordentlichen Hauptversammlung der W&W AG schlagen wir deshalb eine **Dividende von 65 Eurocent** je Aktie vor und damit den gleichen Betrag wie im Vorjahr. Damit beträgt – Ihre Zustimmung heute vorausgesetzt – die auszuschüttende Dividendensumme erneut 60,9 Millionen Euro, die sich aus einem unveränderten HGB-Ergebnis von 80 Millionen Euro speist.
- Dass wir trotz des geringeren Jahresergebnisses und der hohen strategischen Investitionen Dividendenkontinuität wahren, mögen Sie als Zeichen unserer operativen und bilanziellen Stärke und unseres Vertrauens in die Zukunft unserer Gruppe werten.
- Auf Basis des Jahresschlusskurses 2018 errechnet sich für unseren Dividendenvorschlag eine **Dividendenrendite von 4,06 Prozent**. Damit kann sich die W&W AG im Konzert der MDAX- und SDAX-Werte sehr gut sehen lassen. Denn die gewichteten Durchschnittsrenditen in diesen beiden Indizes lagen im gleichen Zeitraum mit 3,1 beziehungsweise 2,2 Prozent deutlich darunter.
- Was die **Kursperformance** betrifft, so wurde die W&W-Aktie im Jahr 2018 natürlich – wie viele andere Finanzdienstleistungswerte auch – von dem zunehmend ungünstigen Kapitalmarktumfeld beeinflusst. Mit einem Jahresschlusskurs von 16,00 Euro und unter Einrechnung der im Vorjahr ausgezahlten Dividende errechnet sich ein Performance-Rückgang von 30,5 Prozent, womit sich unsere Aktie in dem widrigen Marktumfeld respektabel geschlagen hat. Immerhin hat sich der Kurs in diesem Jahr wieder etwas erholt und notiert derzeit stabil über der Marke von 18 Euro.

- Gleichwohl bleibt zu betonen, dass unsere Aktie für kurzfristige Spekulationen eher ungeeignet ist. Wir verstehen uns als **langfristig denkendes und handelndes Unternehmen**. Lediglich in Drei-Monats-Rhythmen zu denken, entspräche nicht unserer Strategie.

VI. Neue digitale Produkte und Services

Meine Damen und Herren,

- ich hatte bereits zu Beginn meiner Ausführungen über die Herausforderungen gesprochen, die die **digitale Transformation** für unsere Branche und speziell für die W&W-Gruppe mit sich bringt. Alle Digitalthemen in unserer Gruppe sind seit dem Frühsommer 2018 in dem **neuen Geschäftsfeld W&W brandpool gebündelt**. Dadurch stellen wir sicher, dass unsere vielfältigen digitalen Produkte geordnet und aufeinander abgestimmt in den Markt kommen.
- Ich kann Ihnen heute berichten, dass unsere **digitalen Initiativen aus den Kinderschuhen herausgewachsen sind**. Sie generieren nennenswert Geschäft und erschließen uns – wie strategisch beabsichtigt – neue Kundengruppen. Zum Beispiel:
 - Allein die **Digitalmarke „Adam Riese“** hat seit ihrem Start Ende 2017 bereits mehr als 50.000 neue Kunden für eine flexible und günstige Haftpflicht- oder Rechtsschutzversicherung gewonnen. Adam Riese, das für unkomplizierte und preiswerte Basisangebote steht, weitet dabei sein Produktangebot und Kooperationsnetz stetig aus. Nach dem Start mit einer Privathaftpflicht- und einer Rechtsschutzversicherung kamen im zweiten Halbjahr 2018 eine Betriebshaftpflicht- und eine Hausrat-Versicherung neu ins Angebot. Im laufenden Jahr folgte als fünftes Produkt eine Haftpflichtversicherung für Hundehalter, die übrigens bereits in immerhin sechs Bundesländern eine Pflichtversicherung ist. Auch bei dieser Hunde-Haftpflicht findet der Antrags- und Abwicklungsprozess rein digital statt.
 - Unser **digitaler Finanzassistent FinanzGuide**, der zu Beginn des Jahres 2018 auf den Markt kam, hat bereits rund 20.000 Beratungsimpulse für die Außendienstpartner gebracht. Mit dieser App können W&W-Kunden per Smartphone ihr persönliches Versicherungs-, Bauspar- und Bankportfolio einsehen, verwalten und optimieren, Überweisungen tätigen oder Angebote anfordern. Den Kunden von Wüstenrot und der Württembergischen Versicherungsgruppe bietet der „FinanzGuide“ somit mehr Übersicht und Komfort bei der Nutzung ihrer Finanz- und Versicherungsprodukte.

- Die digitale Transformation führt aber nicht nur zu neuen digitalen Angeboten, sondern durch sie können wir auch **bestehende Marken und Geschäftsmodelle weiterentwickeln**. Das beste Beispiel ist Wüstenrot, über Jahrzehnte *das* Synonym für das Erfolgsprodukt „Bausparen“. Durch den 2018 erfolgten Start der Internet-Wohnplattform „**Wüstenrot Wohnwelt**“ haben wir die Marke weiter neu aufgeladen. Sie soll künftig als Synonym für alle Fragen rund um das Thema „Wohnen“ stehen.

VII. Künftige strategische Schwerpunkte

Meine Damen und Herren,

- zur Strategie der W&W-Gruppe gehört ein **aktives Portfoliomanagement**. Bereits 2018 haben wir unser Portfolio erweitert durch den **Erwerb der Aachener Bausparkasse AG**. Durch diese Akquisition stärkt die Wüstenrot Bausparkasse ihre Position als klare Nummer zwei im deutschen Markt. Mit der Übernahme geht Wüstenrot zudem mit fast allen der bisherigen Eigentümer, die aus dem Versicherungsgeschäft stammen, **langfristige Kooperationen im Bauspargeschäft** ein.
- Zu einem aktiven Portfoliomanagement gehört auch, sich zu fokussieren und von **Aktivitäten zu trennen**, wenn diese unter neuer Eignerschaft größere Wachstumschancen haben. Im Zuge dessen haben wir die Wüstenrot Bank AG Pfandbriefbank an die Bremer Kreditbank AG veräußert, die in der OLB aufgegangen ist. Der Besitzübergang fand vor wenigen Tagen statt.
- 2019 soll uns auch auf dem Feld des Mittelstands voranbringen. Die Württembergische hat sich vorgenommen, ihr **Geschäft mit gewerblichen Kunden entscheidend auszubauen** und vor allem kleinen und mittleren Unternehmen zu umfassenden Versicherungs- und Vorsorge-Lösungen zu verhelfen. Schlüssel dazu ist die 2018 gestartete Initiative „**Partner des Mittelstands**“, die immer mehr an Fahrt gewinnt.
- Weiterhin ganz oben auf unserer Agenda wird auch im laufenden Jahr die Stärkung und Schulung unserer Vertriebsorganisation stehen. Ein wichtiges Ergebnis von „W&W Besser!“ war zum Beispiel 2018 die **Neustrukturierung des Vertriebsinnendienstes** der Württembergischen Versicherung, der erkennbar an Schlagkraft gewonnen hat, nicht zuletzt durch den Einsatz digitalisierter Prozesse. Und unser Außendienst wurde spürbar um administrative Tätigkeiten entlastet, um vor Ort mehr Zeit für die Beratung von Kunden zu haben.
- Wir werden zudem auch weiterhin das sogenannte **Tandem-Format im Vertrieb** ausbauen, also die Bündelung von Bauspar- und Versicherungskompetenzen von Wüstenrot und Württembergische in einer Hand. Ende des Jahres 2018 waren bereits 750 Tandem-Partner im Außendienst tätig.

- Stark im Fokus stehen unverändert die Themen **Effizienz und höhere Produktivität**. Es gilt, im Nachgang unserer Investitionen die Chancen der Automatisierung stärker zu nutzen – und zwar so, dass sie dem Kunden nützt, weil wir mehr Zeit für ihn haben. Effizienz und neue Technologien bleiben der Schlüssel, um die Produktivität im Konzern auch in den kommenden Jahren um jeweils 5 Prozent zu steigern.
- **Ausbildung und Qualifizierung** bleiben zentrale Pfeiler der digitalen Transformation und unseres Investitionsprogramms. Denn die Fach- und Beratungskompetenz unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind auch künftig der Schlüssel für langfristige Kundenbeziehungen und Kundenbindungen. Im vergangenen Jahr haben wir deshalb konzernweit eine große **Qualifizierungsoffensive** gestartet: Bislang haben sich mehr als 1.300 Innendienstmitarbeiter zu digitalen Themen und Kundenbedürfnissen weitergebildet.
- **Arbeiten und Führung 4.0** in einer immer schnelleren und immer digitaleren Welt sind etwas, was unsere Branche oftmals noch lernen muss – und zwar von der Führungskraft bis zum Mitarbeiter im Service-Center. Zugleich stärken wir durch unser Engagement in Ausbildung und Qualifizierung das **Image der W&W-Gruppe als Arbeitgeber**, und dies mit Erfolg: So haben Umfragen ergeben, dass drei Viertel unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Wüstenrot & Württembergische als Arbeitgeber weiterempfehlen würden. Zudem erhielt die W&W-Gruppe erneut die Auszeichnung „Top Nationaler Arbeitgeber 2018“.

VIII. 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 2019 ist erfolgreich abgeschlossen, allerdings sind nicht sämtliche eigenen Aktien verwendet worden. Die Gesellschaft hält **noch 53.886 eigene Aktien**. Der in der Einberufung bekanntgemachte Beschlussvorschlag ist daher wie dort vorgesehen anzupassen.
- Vorstand und Aufsichtsrat schlagen dementsprechend vor, den Bilanzgewinn des Geschäftsjahres 2018 in Höhe von 65.338.543,17 Euro, unter Berücksichtigung der von der Gesellschaft derzeit gehaltenen 53.886 eigenen Aktien und in entsprechender Anpassung des in der Einberufung bekanntgemachten Beschlussvorschlags, bei unveränderter Ausschüttung einer **Dividende von 0,65 Euro je dividendenberechtigter Aktie** wie folgt zu verwenden:

- Zahlung einer Dividende in Höhe von 0,65 Euro je dividendenberechtigter Stückaktie, also insgesamt 60.902.292,10 Euro,
- Einstellungen in andere Gewinnrücklagen in Höhe von 4.000.000 Euro
- und Vortrag auf neue Rechnung in Höhe von 436.251,07 Euro,
- was insgesamt den Bilanzgewinn von 65.338.543,17 Euro ergibt.

IX. Ausblick Gesamtjahr und Q1 2019

Meine Damen und Herren,

- was die wirtschaftliche Entwicklung der W&W-Gruppe in diesem Jahr angeht, so müssen wir uns erneut mit den bekannten Rahmenbedingungen – Niedrigzinsen, neue Wettbewerber, hohe Regulatorik – auseinandersetzen. Zudem hat bekanntlich die **gesamtwirtschaftliche Entwicklung in Deutschland und Europa** nachgelassen. Nahezu alle namhaften Forschungsinstitute haben ihre Konjunkturprognosen für 2019 – teilweise deutlich – nach unten angepasst. Globale Krisenherde wie der bisher unregelte Brexit und der im Raum stehende Handelsstreit zwischen den USA auf der einen und China und Europa auf der anderen Seite verstärken den erwartbaren wirtschaftlichen Abschwung nach den Jahren des Booms.
- Wir sind aber weit entfernt von einer Wirtschaftskrise, die von dem einen oder anderen bereits herbeigeredet wird. Insgesamt sind die **Rahmenbedingungen für unsere Branche noch immer positiv**.
- Was bedeutet dies nun konkret für unsere **Erwartungen an das Geschäftsjahr 2019**?
 - Im **Segment Wohnen** profitieren wir davon, dass Investitionen in Immobilien wegen der niedrigen Bauzinsen und der steigenden Mietpreise attraktiv bleiben. Begrenzt wird das Wachstum allerdings weiter von dem Mangel an Bauland, ausufernder Bürokratie bei den Bauvorschriften, zu langen Genehmigungsverfahren und dem zunehmenden Mangel an Gewerken. Für 2019 rechnen wir vor diesem Hintergrund mit einem im Vergleich zum Vorjahr **moderaten Anstieg des Neugeschäfts** beim Bausparen und mit einem **deutlichen Zuwachs in der Baufinanzierung**.
 - Im **Segment Personenversicherung** konzentrieren wir uns angesichts des Niedrigzinsumfelds vor allem auf den Absatz von weitestgehend zinsunabhängigen Produkten. Vor allem bei Produkten für die betriebliche Altersvorsorge sehen wir attraktive Marktpotenziale, denen wir uns verstärkt widmen werden. Für das Jahr 2019 gehen wir von einer **moderaten Steigerung des Neugeschäfts aus**.

- Im **Segment Schaden- und Unfallversicherung** rechnen wir beim Neugeschäft ebenfalls mit einer **moderaten Erhöhung** und versprechen uns insbesondere Impulse im Firmengeschäft. Wir gehen zudem davon aus, dass sich die Schadenentwicklung in diesem Jahr wieder normalisieren wird, nachdem sie in den vergangenen Jahren außergewöhnlich positiv gewesen war.
- Chancen und Risiken sehen wir mit Blick auf die Ertragslage insbesondere bei der Kapitalmarkt- sowie der Schadenentwicklung. Die positive Entwicklung im ersten Quartal 2019 macht uns insgesamt noch zuversichtlicher als bisher, im Gesamtjahr 2019 einen Konzernüberschuss innerhalb des langfristigen Zielkorridors von **220 bis 250 Millionen Euro** zu erreichen. Aus heutiger Sicht erwarten wir ein Ergebnis **im oberen Bereich dieser Spanne**.
- Wie weit sind wir im **ersten Quartal dieses Jahres** in den einzelnen Segmenten im **Neugeschäft** gekommen?
- Im **Baufinanzierungsgeschäft** erreichten wir ein Plus von 13,8 Prozent auf 1,46 Milliarden Euro, nach 1,28 Milliarden Euro im ersten Quartal 2018, Vermittlungen ins Fremdbuch eingeschlossen.
- Beim **Bausparen** konnten wir im Brutto-Neugeschäft mit einer Bausparsumme von 3,47 Milliarden Euro leicht zulegen. Im ersten Quartal 2018 waren es 3,46 Milliarden Euro gewesen. Das eingelöste, also das Netto-Neugeschäft blieb mit 2,61 Milliarden Euro auf Vorjahresniveau.
- In der **Schaden- und Unfallversicherung** legten die gebuchten Bruttobeiträge um 5,8 Prozent auf 930,2 Millionen Euro zu. Im ersten Quartal 2018 wurden demgegenüber noch 879,6 Millionen Euro gebucht. Alle Segmente – Kraftfahrt, Firmenkunden und Privatkunden – trugen zum Wachstum bei. Erneut war der Schadenverlauf sehr erfreulich.
- In der **Personenversicherung** verzeichneten wir einen Zuwachs der gebuchten Bruttobeiträge um 7,3 Prozent auf 590,9 Millionen Euro, nach 550,9 Millionen Euro im ersten Quartal des Vorjahres.

X. Schlusswort und Dank

Meine Damen und Herren,

- die W&W-Gruppe hat in den vergangenen zwei Jahren **viel Zukunftsweisendes** auf den Weg gebracht, was nun verstärkt und in der täglichen Praxis gelebt und weiterentwickelt wird. Dabei geht es darum: Maßstab und Richtschnur bei allem ist und bleibt der Kunde – für ihn, und nur für ihn, müssen wir täglich „Besser!“ werden.

- **Stillstand oder sogar Selbstzufriedenheit** über das bereits Erreichte können wir uns nicht leisten. Bei allen Erfolgen sollten wir uns darüber im Klaren sein, dass wir bisher nur ein Stück des Weges zurückgelegt haben. Nur wenn wir nicht nachlassen, werden wir am Ende zu den Gewinnern des Wandels gehören, den unsere Branche derzeit durchläuft.
 - Nicht zuletzt angesichts von Konjunktursorgen in Deutschland und Europa sowie möglicher weltwirtschaftlich relevanter Entwicklungen tun wir gut daran, nicht nur zu investieren und nach vorne zu schauen, sondern als vorsichtige Kaufleute auch immer darauf zu achten, dass unser Unternehmen **wetterfest**, wie wir es nennen, bleibt. Wir sind uns sehr bewusst, dass Transformation auch bedeutet, **Stabilität und Solidität** zu sichern.
 - Die W&W-Gruppe verfügt über ein klares und erprobtes Geschäftsmodell, einen starken Außendienst, leistungsfähige Vertriebskooperationen und eine hochsolide und wetterfeste Bilanz. Für unsere Unternehmen arbeiten im Innen- und Außendienst rund 13.000 Menschen, die zusammen mit unseren Partner- und Maklerbetrieben mehr als 40 Millionen Menschen in Deutschland erreichen können. Das alles sind nicht die schlechtesten Voraussetzungen, um den notwendigen Wandel in unserer Gruppe weiter voranzutreiben.
 - Die Transformation unserer Gruppe wäre nicht denkbar ohne das Know-how, das große Engagement und die Veränderungsbereitschaft all unserer **Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter**, egal an welcher Stelle sie in unserer Gruppe arbeiten. Unsere Geschäfte werden immer etwas mit Beratung, Vertrauen und Kompetenz zu tun haben, und deswegen können wir nicht genug dafür tun, Talente zu entdecken und zu fördern, Qualifikation und Fortbildung voranzutreiben und ein Arbeitgeber zu sein, bei dem man sich gut aufgehoben fühlt. Allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern möchten wir an dieser Stelle – sicher auch in Ihrem Namen, meine Damen und Herren – sehr herzlich für die hervorragende Arbeit danken.
 - Und Ihnen, verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, danke ich für Ihre Unterstützung und für Ihr fortgesetztes Vertrauen in unsere Gesellschaft, die, dessen bin ich sicher, eine erfolgreiche Zukunft vor sich hat.
 - Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.
-