

Rede
für die W&W-Presse-Telko
am Montag, 31. März 2014,
9:30 – 10:30 Uhr

Dr. Alexander Erdland
Vorstandsvorsitzender der W&W AG

Es gilt das gesprochene Wort.

1. Einleitung: Herausforderungen des Marktumfelds

Meine Damen und Herren,

auch ich freue mich, Sie heute zu unserer telefonischen Pressekonferenz begrüßen zu dürfen.

2013 war das Jahr, das vor allem von einem Thema geprägt wurde: den starken Unwettern. Diesem **Toben der Elemente** haben wir uns im vergangenen Jahr resolut entgegengestemmt. Die Flut im Frühjahr, der Hagel im Sommer und Herbststurm „Christian“ – sie haben bei unserer Schaden- und Unfallversicherung zu über 70.000 Einzelschäden geführt. Zusammengerechnet ergibt das einen Bruttoschadenaufwand von knapp 300 Millionen Euro, den wir jedoch dank einer klugen Rückversicherungspolitik auf einen Nettoschaden von rund 70 Millionen Euro begrenzen konnten. Beeindruckt hat mich, wie reibungslos Außen- und Innendienst zugunsten einer zügigen Schadenabwicklung zusammengewirkt haben und wie groß hierfür der Dank und die Anerkennung unserer Kunden waren.

Was hat uns 2013 noch bewegt? Die **niedrigen Zinsen und die verstärkte Regulation** der Finanzdienstleister haben uns weiter herausgefordert – und werden das auch künftig tun. Mit unserem frühzeitig begonnenen Stärkungsprogramm „W&W 2015“ haben wir uns hier bereits wetterfest gemacht. Deshalb sehen wir uns versicherungsseitig gut aufgestellt für Solvency II. Die Politik hat entschieden, dass das Regelwerk ab 2016 wirksam sein wird, und deshalb haben wir unsere Vorbereitungen hierfür intensiviert. Auf der Bankenseite schreitet die Umsetzung der Regulation aus dem Basel-III-Prozess voran. Hinzu kommt, dass unsere Bausparkasse und Bank in den Prüfprozess für den Übergang zur künftigen Aufsicht durch die Europäische Zentralbank einbezogen wurde. Das wird uns erheblichen Mehraufwand abfordern. Aber wir stehen mit beiden Beinen fest auf dem Boden, so wird uns das nicht umwerfen. Ebenso wenig wie die Versicherungsvermittler- und Finanzmarkt-Richtlinien, die derzeit im europäischen Gesetzgebungsprozess sind, oder die fortschreitenden Regulierungsmaßnahmen im Bereich des Verbraucherschutzes.

Der **Kunde und seine Bedürfnisse** steht ohnehin ganz oben auf unserer Agenda. Dabei hilft uns, dass das 2014 in Deutschland erwartete Wirtschaftswachstum mit 1,5 bis 2 Prozent dreimal so hoch liegt wie 2013. Geringe Arbeitslosigkeit, eine hohe Beschäftigtenzahl und steigende Einkommen machen

private Vorsorge sehr gut möglich, auch wenn die niedrigen Zinsen Anlegern weniger Freude machen als Kreditnehmern.

Mit **die größten Marktchancen** sehen wir somit im weiter wachsenden Drang zur Immobilie: Neubau, Kauf, Sanierung, altersgerechtes Wohnen, Energieeffizienz, moderne Architektur, günstige Konditionen und Sicherheit – all das führt zu verstärkter Nachfrage nach Baufinanzierungen und Bausparen, insbesondere mit Blick auf unseren neuen Bauspartarif mit seinen besonders niedrigen Darlehenszinsen. Der Trend zur Immobilie ist aber auch ein „Aufhänger“ für unser Versicherungsgeschäft. Unsere neuen, modularen Tarife in der Hausrat- und Wohngebäudeversicherung sind ebenso hervorzuheben wie weitere Angebote unserer Komposit-Versicherung, von der Privathaftpflicht bis zur Unfallversicherung.

Steigender Vorsorge-Bedarf ergibt sich auch aus der demografiebedingt wachsenden Lücke zwischen den Erwerbseinkommen und der späteren gesetzlichen Rente. Die Menschen haben das Glück, immer länger zu leben. Hierfür ist eine Stärkung der betrieblichen wie auch der privaten Altersvorsorge zunehmend wichtig. Rentenversicherungen sind in diesem Zusammenhang durch kein anderes Finanzprodukt zu ersetzen. Auch unsere ergänzenden Angebote für Kranken- und Pflegeversicherungen werden beim Kunden stärker angesprochen. Und schließlich richten wir die Wüstenrot Bank punktuell neu aus. Eine fokussierte Direktbank mit attraktivem, klarem Produktangebot im Spar- und Anlagebereich ist das Zielbild. Elektronisch gestützter Direktkontakt, flankiert von Service-Center und persönlicher Beratung durch unsere Außendienstpartner – so lautet hier unsere Reaktion auf veränderte Kundenbedürfnisse. Damit entsprechen wir dem wachsenden Verlangen der Kunden nach Vernetzung, online und offline.

2. Konzernergebnis 2013

Meine Damen und Herren,

Sie sehen, unser Marktumfeld ist voller Chancen für Erneuerung und Wachstum. Bei der Nutzung dieses Potenzials geht es uns nicht allein um mehr Umsatz. Vielmehr wollen wir ausschließlich werthaltig wachsen, damit sich das eingesetzte Kapital nachhaltig und angemessen verzinst. Diese Ausrichtung haben wir konsequent umgesetzt. Unser **Konzern-Ergebnis 2013** bestätigt es:

Nachdem wir unsere Gewinn-Prognose bereits im August 2013 von 125 auf 135 Millionen Euro angehoben haben, sind es nun sogar 155 Millionen Euro, auf die sich unser Jahresüberschuss nach IFRS beläuft. Nicht einmal die Wetterextreme des letzten Sommers haben uns diese Bilanz verhaseln können.

Gegenüber dem Vorjahreswert von rund 235 Millionen Euro ist das zwar ein entsprechender Rückgang. Aber das war geplant. Denn gleichzeitig sind wir dabei, mehr als 250 Millionen Euro zu investieren – in Produktentwicklung und IT, in Prozessverbesserungen, in Restrukturierung und in die Marktbearbeitung. Wir erwarten, dass 2014 das Konzernergebnis nach Steuern dank unseres Stärkungsprogramms auf rund 180 Millionen Euro ansteigen wird, einen normalisierten Schadenverlauf vorausgesetzt. Langfristig streben wir – abhängig von der weiteren Zinsentwicklung – ein Konzernergebnis zwischen 220 und 250 Millionen Euro an.

Mitverantwortlich für unser achtbares Konzern-Ergebnis 2013 ist – wie gesagt – unser Stärkungsprogramm „**W&W 2015**“. Bereinigt um einmalige Restrukturierungsaufwendungen von 44 Millionen Euro, lagen unsere operativen Kosten im vergangenen Jahr rund 77 Millionen Euro niedriger als in der früheren Planung, also vor Auflegung des Programms. Bis 2016 sollen die Gesamtkosten im Inland konzernweit bei 1 Milliarde Euro liegen. 2013 betragen sie noch rund 1,1 Milliarden Euro.

Werfen wir kurz einen Blick auf unser voraussichtliches **Dividendenangebot**. Dafür maßgeblich ist das Geschäftsergebnis unserer Konzernmuttergesellschaft, der W&W AG, bilanziert nach HGB. Demnach kam die W&W AG 2013 auf ein Ergebnis von rund 72 Millionen Euro, nach rund 70 Millionen Euro im Jahr 2012. Damit können wir die Dividende der W&W AG, wenn die Hauptversammlung zustimmt, mit 50 Euro-Cent je Stückaktie konstant halten. Den Aktionären soll dabei ein Wahlrecht gewährt werden, ihre Dividende in bar oder zum Bezug neuer W&W-Aktien zu verwenden.

3. Neugeschäftserfolge Wüstenrot und Württembergische

Unser Neugeschäft entwickelte sich 2013 unterschiedlich. Ein wiederholt gutes Vertriebsjahr verzeichnete die Württembergische Versicherung, die ihre gebuchten Bruttobeiträge von knapp 1,48 Milliarden Euro 2012 auf gut 1,52 Milli-

arden Euro im vergangenen Jahr steigern konnte. Das entspricht einem Plus von gut 3 Prozent, womit unsere **Schaden- und Unfallversicherung** leicht besser abschneiden dürfte als die Gesamtbranche. Und das, obwohl wir das Autoversicherungsgeschäft aus Rentabilitätsgründen bewusst etwas gebremst haben. Insgesamt festigen wir unseren neunten Rang im deutschen Schaden- und Unfallversicherungsgeschäft.

In der **Lebensversicherung** sanken unsere gebuchten Brutto-Beiträge um rund 4 Prozent auf 2,22 Milliarden Euro, nach 2,32 Milliarden Euro im Vorjahr. Hier hinterlässt das Niedrigzinsumfeld eindeutig seine Spuren, zumal sich die Kunden bei Produkten mit langfristiger Kapitalbindung zunehmend zurückhaltend zeigen. Auch demografiebedingt geht das Neugeschäft bei der Lebensversicherung mit laufendem Beitrag zurück. Das oft nur kurzfristig ausgerichtete Einmalbeitragsgeschäft wächst demgegenüber im Markt, wobei wir uns hier ebenfalls aus Rentabilitätsgründen bewusst zurückgehalten haben. In der **Krankenversicherung** erhöhten sich unsere gebuchten Brutto-Beiträge um mehr als 10 Prozent auf rund 173 Millionen Euro, nach rund 156 Millionen Euro im Jahr zuvor.

Beim **Bausparen** wuchs über das Gesamtjahr 2013 das eingelöste Bauspar-Neugeschäft zum sechsten Mal in Folge – diesmal um 4,7 Prozent auf die neue Bestmarke von 12,8 Milliarden Euro Bausparsumme. Das Brutto-Neugeschäft bewegte sich mit rund 15,4 Milliarden Euro knapp über dem Rekordwert des Vorjahres, der 15,3 Milliarden Euro betrug. Damit bleibt die Wüstenrot Bausparkasse Nummer 2 unter den deutschen Bausparkassen und wird ihren Marktanteil voraussichtlich sogar einen Tick verbessern können. Rückenwind erfuhr Wüstenrot durch die Einführung der neuen Tarifgeneration im Herbst 2013. Der „Tarif C“ ist, mit einem Bauspardarlehenzins ab 1,35 Prozent, der zinsgünstigste Bauspartarif, den wir je im Angebot hatten.

Das **Baufinanzierungsgeschäft** wiederum haben wir 2013 weiter auf Stabilität und Margenbeitrag ausgerichtet, weil wir auch hier Werthaltigkeit konsequent vor Quantität setzen. So haben wir letztes Jahr neue Kredite in Höhe von 3,6 Milliarden Euro vermittelt, gegenüber 4 Milliarden Euro 2012.

Damit klingt bereits die Stoßrichtung unseres Stärkungsprogramms „W&W 2015“ an. Welchen Nutzen haben wir daraus bereits im ersten Programmjahr gezogen?

Meine Damen und Herren,

bei allem haben wir unsere Fähigkeiten ausgebaut, als Vorsorge-Spezialisten Wohneigentum, Vermögensbildung, Zukunftssicherung und Risikoschutz spartenübergreifend anzubieten. Rund 1.000 unserer Berater nutzen die dafür entwickelte „Vorsorge-Beratung“ als Software-Unterstützung. 230 Berater haben zusätzlich unser Weiterbildungsprogramm zum „zertifizierten Vorsorge-Spezialisten“ absolviert. Neuerdings eröffnen Wüstenrot und die Württembergische moderne Vorsorge-Center mit kompletter Angebots- und Service-Ausstattung zur kompetenten Kundenbetreuung rund um den Bedarf an finanzieller Vorsorge.

4. Erfolgsbeitrag von „W&W 2015“ im ersten Programmjahr

Meine Damen und Herren, Kosten dauerhaft senken, dabei unsere Ertragskraft erhalten und Geschäfte optimieren, die viel Eigenkapital binden – das sind die Ziele, die wir mit „W&W 2015“ verfolgen. In allen drei Programmhandlungsfeldern – BausparBank, Versicherung und Kosten – haben wir die meisten Maßnahmen fertig konzipiert. Der größte Teil befindet sich in Umsetzung oder ist schon abschließend umgesetzt:

Die **Bausparkasse** hat ihre Programmarbeit 2013 darauf konzentriert, das Bausparkollektiv zu stärken, um es bestmöglich durch das Tal der niedrigen Zinsen zu führen. Zentrales Element war, das vielfach ausgezeichnete Wüstenrot Ideal Bausparen einer Verjüngungskur zu unterziehen. Die bereits angesprochene neue Tarifgeneration C läuft seit Oktober 2013 erfolgreich an – mit den niedrigsten Darlehenszinsen in der Geschichte von Wüstenrot.

Weiterhin profitieren die Kunden von Neuerungen in den Kreditprozessen, die das im Juli 2013 in die Pilotphase gestartete **Baufinanzierungsportal** bietet. Wir konnten damit die durchschnittliche Bearbeitungszeit bis zur Kreditzusage um rund 30 Prozent senken.

So hat sich auch der **Arbeitsvorrat** bei der Anzahl der Darlehensanträge deutlich abgesenkt. Ende Dezember 2013 wurde mit 875 Stücken der niedrigste Wert erreicht. Durchschnittlich betrug der Arbeitsvorrat 2013 knapp 1.600 Stück, 2012 fast 1.900 Stück und 2011 noch rund 3.400 Stück.

Die Wüstenrot **Bank** geht mit ihrer frisch gegründeten Abteilung Direktvertrieb dazu über, Standardprodukte kostengünstig über das Internet zu verkaufen.

Hier wollen wir das Direktgeschäft mit den Kunden stärken, die bei Girokonto und Tagesgeld jederzeit und überall auf guten Online-Service zugreifen möchten. Neu und im ersten Jahr beitragsfrei sind die Wüstenrot-Kreditkarten Visa Premium und Visa Gold mit vielen Zusatzleistungen wie Internet-Rechtsschutz-Versicherung, Auslandsreise-Gepäckversicherung, jährliche Bonuszahlungen und Best-Price-Garantie. Jeder Kunde findet hier seine passende Kredit- oder Prepaid-Karte, außerdem plant die Wüstenrot Bank jetzt auch eine Online-Banking-App für Smartphones.

Auch die **Versicherungen** der W&W-Gruppe stellen sich den neuen Herausforderungen. So wird zum einen daran gearbeitet, die digitalen Kanäle zwischen Kunden und Agentur auszubauen, und zum anderen, die Effizienz im Innendienst zu erhöhen.

Einen ersten großen Umsetzungserfolg verzeichnete das Vorhaben **Vertrieb**, das die komplette Neuaufstellung im Innendienst in nur sechs Monaten vorbereitete und Anfang November umsetzte.

Für **Betrieb** und **Schaden-Management** haben wir ein neues, funktionales Zielmodell beschlossen. Dieses verzahnt Prozess- und Spartenorientierung und soll im zweiten Quartal dieses Jahres in Kraft treten. Technische Basis für das neue Betriebsmodell ist der Konzernarbeitsplatz (KAP), der eine spartenübergreifend einheitliche Systemplattform zur Vorgangsteuerung bereitstellt. Auf diese voll digitale Bearbeitungstechnik haben wir mittlerweile alle Direktions- und Servicebereiche unserer Versicherung für Schadenbearbeitung umgestellt.

5. Kostensenkungen, Personaleinsparungen, Ausblick

Nun noch kurz zu unserem Querschnitts-Handlungsfeld **Kosten**: Dieses unterstützt die beiden Geschäftsfelder bei ihren jeweiligen Effizienzmaßnahmen und steuert aus der W&W AG und aus den Servicegesellschaften weitere Kosteneinsparungen bei. Die angestrebten Reduktionen sind fast vollständig mit Maßnahmen unterlegt. Viele davon entspringen der gruppenweiten Service- und Organisationsanalyse. Ziel bleibt, das jährliche Kostenniveau gegenüber der früheren Planung um rund 140 Millionen Euro abzusenken, mit voller Wirksamkeit ab dem Jahr 2016. Dass wir auf bestem Weg dazu sind, kann ich nur noch einmal unterstreichen: Bereits um gut 77 Millionen Euro konnten wir die operati-

ven Kosten 2013 gegenüber der bisherigen Planung reduzieren – dank „W&W 2015“.

Nun lassen sich Kosteneinsparungen leider nicht ohne **Personalabbau** erzielen. Um auf 7.100 Vollzeitstellen als Zielgröße zu kommen, ist bis Ende 2015 ein Abbau von rund 800 Arbeitsplätzen zu erreichen. Damit sind wir bereits im ersten Programmjahr deutlich vorangekommen. Zum Jahresende 2013 haben wir mehr als 300 Stellen allein durch natürliche Fluktuation abbauen können. Zudem wurden erfolgreiche Verhandlungen über den Wegfall von rund 300 Arbeitsplätzen in der Wüstenrot Bausparkasse geführt, für die Hälfte gibt es schon feste Ausscheidungsvereinbarungen. Darüber hinaus haben wir mit Erfolg über den Abbau von 100 Stellen in der Versicherung verhandelt. Die restlichen, bis Ende 2015 abzubauenen rund 100 Arbeitsplätze sind ebenfalls identifiziert – hier gehen wir davon aus, sie ebenfalls vor allem durch Fluktuation einsparen zu können.

Wir haben mit den Betriebsräten in den einzelnen Konzerngesellschaften jeweils einen Interessenausgleich und Sozialplan verhandelt, der auf die jeweiligen unternehmerischen Ziele, aber auch auf die Belange der Beschäftigten eingegangen ist. Der Personalabbau vollzieht sich daher zunächst im Rahmen von freiwilligen Maßnahmen wie Aufhebungsverträgen mit Abfindung, Vorruhestandsregelungen, Altersteilzeitverträgen und auch Teilzeitvereinbarungen mit einem gewissen finanziellen Ausgleich. Die Programme werden gut angenommen, so dass wir zuversichtlich sind, den insgesamt geplanten Stellenabbau damit bis Ende 2015 vollständig abschließen zu können.

Meine Damen und Herren,

Wachstum zu erreichen auf Basis solider Kapitalverhältnisse, dauerhaft wettbewerbsfähiger Kostenstrukturen, einer hohen Ertragskraft und hoher Kundenzufriedenheit – das ist unsere geschäftspolitische Leitlinie. Unser Geschäftsmodell ist fest verankert auf dem Fundament unserer mehr als sechs Millionen privaten und gewerblichen Kunden in Deutschland. Unsere Zukunft wird so gut sein, wie es uns gelingt, zeitnah und engagiert auf die Vorsorge-Bedürfnisse der Menschen einzugehen. Digitalisierung, Demografie, Markt- und Produktentwicklung, Karrierechancen für Talente, insbesondere auch unter Frauen – das sind unsere großen Themen für 2014. Stabilität, Qualität, Rentabilität, Kundenzufriedenheit und Unabhängigkeit – das sind die Säulen, auf die wir unser

Wachstum für die Zukunft gründen. Wir sind bereits intensiv damit befasst, diese Herausforderungen anzugehen, und halten Sie darüber gerne auf dem Laufenden.