

W&W-Gruppe verzeichnet gutes Geschäftsjahr 2016

Das Management-Board der W&W-Gruppe

©

• **Prognose mit Konzernüberschuss von rund 235 Millionen Euro gut erreicht.** • **Wüstenrot Bausparkasse erhöht in einem rückläufigen Markt das Netto-Neugeschäft und gewinnt Marktanteile.** • **Schaden- und Unfallversicherung steigert Bruttobeiträge und verbessert Schaden-/Kostenquote weiter.** • **Programm W&W@2020: Neue digitale Angebote stoßen auf eine gute Kundenresonanz.** • **Vorstandsvorsitzender Jürgen A. Junker: „Die W&W-Gruppe hat große Potenziale, wenn wir sowohl unsere traditionellen Vertriebswege als auch die Chancen der Digitalisierung konsequent nutzen.“**

Die Wüstenrot & Württembergische-Gruppe (W&W) hat im Geschäftsjahr 2016 trotz eines anhaltend schwierigen Marktfelds gute Resultate verzeichnet. Der Vorsorge-Spezialist erreichte im vergangenen Jahr einen Konzernüberschuss von 235,3 Millionen Euro. Damit wurde der Prognosewert von mindestens 220 Millionen Euro gut erreicht. In ihren Geschäftsfeldern, nicht zuletzt im Bauspargeschäft, entwickelte sich das Neugeschäft zumeist besser als im Branchentrend. Neue Produkte und Services, vor allem durch den forcierten Ausbau der Digitalangebote, stoßen auf eine positive Resonanz bei den Kunden. Für das Jahr 2017 geht der W&W-Konzern von einem weiteren Wachstum im Neugeschäft bei anhaltend hohen Investitionen in die Digitalisierung aus.

„Die Ergebnisse des Jahres 2016 können sich angesichts anhaltend niedriger Zinsen, veränderter Kundenanforderungen und stetig wachsender Regulatorik mehr als sehen lassen“, sagt Jürgen A. Junker, seit 1. Januar 2017 Vorstandsvorsitzender der W&W AG. Dazu beigetragen haben alle Produktsparten und alle Vertriebskanäle – von den beiden Ausschließlichkeitsorganisationen über die Kooperationen und Makler bis hin zum Direktvertrieb. Junker weiter: „Wir dürfen bei dem Erreichten jedoch nicht stehenbleiben. Unser Fokus wird in den kommenden Jahren stark auf der Frage liegen, mit welchen Produkten und auf welchen Wegen wir unsere bestehenden Kunden und potenzielle Neukunden bestmöglich erreichen. Dabei spielen unsere erfolgreichen, traditionellen Vertriebswege genauso eine Rolle wie digitale Ansätze, in die wir in den kommenden drei Jahren rund 100 Millionen Euro investieren möchten. Das Ziel ist, unsere Gruppe als moderne Plattform rund um die Themen Vorsorge, Wohnen und Vermögensbildung zu etablieren.“

Wichtige Konzern-Kennzahlen 2016

- Der Konzernüberschuss nach Steuern erreichte 235,3 Millionen Euro. Er lag damit plangemäß unter dem Rekordwert des Vorjahres von 274,3 Millionen Euro, aber über den eigenen Erwartungen.
- Den größten Ergebnisbeitrag mit 108,3 Millionen Euro (2015: 114,9 Millionen Euro) lieferte wie im Jahr zuvor das Segment Schaden-/Unfallversicherung, das von einem verbesserten versicherungstechnischen Ergebnis als Folge einer nachhaltigen und risikobewussten Zeichnungspolitik profitierte.
- Die Segmente BausparBank und Personenversicherung weisen im Vergleich zu 2015 jeweils höhere Gewinnbeiträge für 2016 aus.
- Das Finanzergebnis lag, wesentlich bedingt durch das Niedrigzinsumfeld, mit 1,82 Milliarden Euro unter dem Vorjahreswert von 2,03 Milliarden Euro.

- Die Verwaltungsaufwendungen konnten, trotz höherer Beiträge zur Einlagensicherung und hoher IT-Investitionen, durch konsequentes Kostenmanagement um rund 3 Prozent auf knapp 1,08 Milliarden Euro verringert werden.

Stabile Dividende geplant

Vorstand und Aufsichtsrat schlagen der ordentlichen Hauptversammlung am 1. Juni 2017 vor, für das Geschäftsjahr 2016 eine gegenüber dem Vorjahr stabile Dividende von 60 Eurocent je W&W-Aktie zu zahlen. Damit kämen rund 56 Millionen Euro zur Ausschüttung. Auf Basis des Jahresschlusskurses der seit 21. März 2016 im SDAX notierten Aktie errechnet sich eine attraktive Dividendenrendite von 3,2 Prozent.

Entwicklung der Geschäftsfelder 2016

BausparBank

Die Wüstenrot Bausparkasse erreichte 2016 eine Steigerung im Netto-Neugeschäft um knapp 2 Prozent auf 11,9 Milliarden Euro. Dieses Wachstum fand gegen den Markttrend statt, denn branchenweit sank die Bausparsumme im Netto-Neugeschäft um 9 Prozent. Somit konnte die Wüstenrot Bausparkasse ihren Marktanteil deutlich ausbauen und den zweiten Platz in der Branche festigen. Erfolgstreiber war das im Februar 2016 eingeführte Wüstenrot Wohnsparen, welches das traditionelle Bausparen zukunftsorientiert weiterentwickelt. Auch das vielfach ausgezeichnete Riester-Angebot der Bausparkasse (Wüstenrot Wohn-Riester) profitiert von der guten Entwicklung des Wüstenrot Wohnsparens. Das Brutto-Neugeschäft betrug 13,6 Milliarden Euro (Vorjahr: 14,1 Milliarden Euro).

In der Baufinanzierung lag das Neugeschäft konzernweit mit knapp 5,4 Milliarden Euro an vermittelten Krediten um 1,6 Prozent unter dem Vorjahreswert, wobei Wüstenrot damit besser als der Branchentrend abschnitt (- 4 Prozent).

Versicherung

In der Schaden- und Unfallversicherung legten die gebuchten Bruttobeiträge weiter um 2,4 Prozent auf 1,68 Milliarden Euro zu. Das Neugeschäft erreichte mit 207,9 Millionen Euro nahezu den Vorjahreswert (- 0,9 Prozent). Im Privatkundenbereich brachte die Württembergische Versicherung neue modulare Tarife für Unfall, Hausrat und Wohngebäude auf den Markt. Das Wachstum im Geschäftssegment Firmenkunden trug das Kernprodukt „Firmen-Police“, dessen Leistungsspektrum weiter ausgebaut wurde, zum Beispiel durch den Einschluss von Photovoltaikanlagen bei gewerblich genutzten Gebäuden. Die vorsichtige Zeichnungspolitik und die in der Folge erfreuliche Ertragsentwicklung führten 2016 zur weiteren Verbesserung der Brutto-Schaden-/Kostenquote auf 90,1 Prozent (Vorjahr: 92,1 Prozent; 2014: 95,5 Prozent).

In der Lebensversicherung sanken die gebuchten Bruttobeiträge um 3,5 Prozent auf rund 2,10 Milliarden Euro. Das Minus ist auf das rückläufige Neugeschäft im allgemein schrumpfenden Markt sowie auf Abläufe im Bestand zurückzuführen. Die Württembergische Lebensversicherung erweiterte vergangenes Jahr ihr Produktangebot um neue, optimierte Risikolebensversicherung-Tarife in den Varianten Premium-, Kompakt- sowie Kombi-Schutz. Kompakt und Premium sind seit Oktober 2016 auch online abschließbar.

In der Krankenversicherung erhöhten sich die gebuchten Bruttobeiträge 2016 um mehr als 9 Prozent auf gut 216 Millionen Euro. Dieses erfreuliche Wachstum ist wesentlich auf den Erfolg der Krankenzusatz- und Pflegetarife der Württembergischen Krankenversicherung zurückzuführen, die in Produkttests immer wieder Auszeichnungen erhalten.

Digitale Produktinnovationen auf dem Vormarsch

Die W&W-Gruppe hat im vergangenen Jahr ihre digitalen Angebote im Rahmen des Programms „W&W@2020“ ausgebaut. Sie ergänzen damit die erfolgreichen klassischen Vertriebswege des eigenen Außendienstes und der Kooperationspartner. Nachdem das Baufinanzierungsgeschäft zentral bei der Wüstenrot Bausparkasse gebündelt wird, konzentriert sich die Wüstenrot Bank AG ganz auf ihre Rolle als Digital-Bank für Privatkunden mit einem attraktiven, online zugänglichen Produktangebot im Konten-, Karten- und Wertpapiergeschäft.

Bereits mehr als 2.000 Mal nahmen W&W-Kunden im Jahr 2016 eine Video-Beratung in Anspruch. Dabei sind sie in der Regel bei ihrem Berater vor Ort, um Ablaufleistungen wieder anzulegen, und lassen einen Investment-Berater der Wüstenrot Bank einfach per Skype zuschalten. Die Umwandlungsquote aus solchen Videoberatungen liegt nahe 60 Prozent.

Im Herbst 2016 führte die Wüstenrot Bank die computergestützte Beratungstechnik ein (Robo-Advising). So optimiert beim „Wüstenrot ETF Managed Depot“ eine automatisierte Fondsverwaltung die vom Kunden gewählte Anlagestrategie permanent. In der Folge stieg unser Brutto-Fondsabsatz im Retail-Geschäft um mehr als 7 Prozent auf 381 Millionen Euro. Die Zahl der Kundendepots kletterte um mehr als 5 Prozent auf fast 79.000.

W&W-Vorstandschef Jürgen A. Junker: „Das Einkaufsverhalten der Menschen ändert sich auch bei Finanzprodukten durch das Internet massiv. Generell wollen wir schneller und beweglicher werden, um sowohl die online-affine Zielgruppe als Neukunden zu gewinnen als auch die Erwartungen unserer Bestandskunden, die die hohe Qualität unserer Beratung schätzen, weiterhin zu erfüllen. Der W&W-Konzern wird mit Nachdruck seine Zukunft positiv gestalten.“

Ausblick auf das Geschäftsjahr 2017

Angesichts des anhaltenden Immobilienbooms in Deutschland rechnet Wüstenrot 2017 mit Wachstum beim Bausparen und der Baufinanzierung. Auch für die Entwicklungen im Versicherungsgeschäft ist die Württembergische grundsätzlich optimistisch. Die hohen Investitionen im Rahmen des „W&W@2020“-Programms werden fortgeführt und sollen dazu beitragen, mittels aller Vertriebswege neue Kunden- und Marktsegmente zu erreichen und die Wachstumsstrategie der W&W-Gruppe zu unterstützen.

Vor diesem Hintergrund geht der Vorstand für das Jahr 2017 von einem Konzernüberschuss in der Größenordnung wie 2016 aus.

Pressekontakt:

Dr. Immo Dehnert
Telefon: 0711 / 662 - 72 1471
E-Mail: immo.dehnert@ww-ag.com

Unternehmen

Wüstenrot & Württembergische AG
Gutenbergstraße 30
70176 Stuttgart

Internet: www.wuerttembergische.de

Über Wüstenrot & Württembergische AG

Die Wüstenrot & Württembergische-Gruppe ist „Der Vorsorge-Spezialist“ für die vier Bausteine moderner Vorsorge: Absicherung, Wohneigentum, Risikoschutz und Vermögensbildung. Im Jahr 1999 aus dem Zusammenschluss der Traditionssunternehmen Wüstenrot und Württembergische entstanden, verbindet der börsennotierte Konzern mit Sitz in Stuttgart die Geschäftsfelder BausparBank und Versicherung als gleichstarke Säulen und bietet auf diese Weise jedem Kunden die Vorsorgelösung, die zu ihm passt. Die rund sechs Millionen Kunden der W&W-Gruppe schätzen die Service-Qualität, die Kompetenz und die Kundennähe des Vorsorge-Spezialisten, für den rund 13.000 Menschen arbeiten. Dank eines weiten Netzes aus Kooperations- und Partnervertrieben sowie Makler- und Direkt-Aktivitäten kann die W&W-Gruppe mehr als 40 Millionen Menschen in Deutschland erreichen. Die W&W-Gruppe setzt auch künftig auf Wachstum und hat sich bereits heute als größter unabhängiger und kundenstärkster Finanzdienstleister Baden-Württembergs etabliert.