

W&W-Gruppe: Ergebnis 2018 über Zielmarke

W&W Standort in Stuttgart

© Wüstenrot & Württembergische AG

- Investitionen in die digitale Zukunft. - Aufbruch und digitaler Wandel der Gruppe gewinnen weiter an Dynamik. - Weitere Marktanteile gewonnen. - Sehr zufriedenstellendes Neugeschäft unterstreicht Vertriebsstärke. - Konstante Dividende von 65 Eurocent je Aktie für 2018 geplant. - Ergebnissesteigerung für 2019 erwartet. - Vorstandsvorsitzender Jürgen A. Junker: „Wir sind erfolgreich dabei, unsere Zukunft zu sichern - mit hohen Investitionen, viel harter Arbeit und Engagement.“

Die Wüstenrot & Württembergische-Gruppe (W&W) hat im Jahr 2018 den vor zwei Jahren eingeleiteten Aufbruch erfolgreich fortgesetzt. Das Geschäftsjahr war geprägt von einem starken Start neuer digitaler Produkte und Initiativen sowie einem sehr zufriedenstellenden Neugeschäft. Mit einem Konzernjahresüberschuss von 215,2 Millionen Euro konnte der Vorsorgekonzern die Zielmarke von 200 Millionen Euro übertreffen.

Jürgen A. Junker, Vorstandsvorsitzender der W&W AG: „Die W&W-Gruppe ist 2018 wirtschaftlich, strategisch und in ihrer Aufstellung ein wichtiges Stück vorangekommen. Unser permanentes Ziel, täglich ein Stück besser, innovativer und agiler zu werden, erfasst immer mehr das ganze Unternehmen. Die hohen Investitionen in unsere Zukunft beginnen zu greifen und entfalten erfolgreich Wirkung. Die breite Basis von mehr als 6 Millionen Kunden, ein gutes Neugeschäft, das straffe Managen unserer Kosten und nicht zuletzt das starke Engagement der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bilden die Basis, um den Umbau weiter voranzutreiben. Dabei erhalten wir aus den unverändert schwierigen Märkten keinen Rückenwind. Alle Erfolge sind Ergebnis harter und konstanter Arbeit. Das herausfordernde Marktumfeld wird uns auch im Jahr 2019 einiges abverlangen. Bei allen Fortschritten tun wir deshalb gut daran, bodenständig und vorsichtig zu bleiben.“

Wichtige Konzern-Kennzahlen 2018

- Der **Konzernüberschuss nach Steuern** erreichte 215,2 Millionen Euro und lag damit merklich über der Marke von 200 Millionen Euro. Wie erwartet und frühzeitig kommuniziert, blieb das Ergebnis unter dem Vorjahreswert von 258,0 Millionen Euro. Das liegt zum einen am Rückgang der Aktienkurse, die durch die 2018 erfolgte Umstellung auf den IFRS 9-Standard (Bilanzierung von Finanzinstrumenten) stärker zu Buche schlagen. Zum anderen wirken sich Zukunftsinvestitionen in neue digitale Geschäftsmodelle und in die Verbesserung der Prozesse und Systeme aus.
- Den mit Abstand größten Ergebnisbeitrag lieferte erneut das **Segment Schaden-/Unfallversicherung** dank des Ausbaus seiner Position in den Märkten, eines nochmals verbesserten versicherungstechnischen Ergebnisses und einer moderaten Schaden-/Kostenquote.
- Die konzernweiten **Verwaltungsaufwendungen** nahmen um weniger als ein Prozent zu und entwickelten sich damit unterdurchschnittlich zur Inflation in Deutschland und zu den Tarifsteigerungen. Dank dieses straffen Kostenmanagements konnte die W&W ihr Ziel, die Produktivität im Konzern um 5 Prozent zu steigern, im Jahr 2018 erfüllen.

Entwicklung der Geschäftsfelder 2018

Wohnen

- Das **Brutto-Bausparneugeschäft** nahm im Segment gegenüber dem Vorjahr nochmals zu und erreichte 13,8 Milliarden Euro (2017: 13,6 Milliarden Euro). Das Netto-Neugeschäft, also das eingelöste Neugeschäft, lag mit 11,4 Milliarden Euro um 0,9 Prozent unter dem Vorjahr. Die Wüstenrot Bausparkasse ist damit weiterhin die Nummer zwei der Branche in Deutschland. Diese Position wird durch den kürzlich erfolgten Erwerb der Aachener Bausparkasse noch untermauert werden.
- Die **Baufinanzierung** zeigte 2018 ein Wachstum von 14 Prozent auf 5,5 Milliarden Euro (inklusive Vermittlungen ins Fremdbuch). Diese gute Entwicklung ist zum einen auf den 2018 vorangetriebenen Ausbau der Produktpalette, zum anderen auf schnellere und kundenfreundlichere Kreditprozesse sowie Online-Angebote zurückzuführen.

Versichern

- In der **Schaden- und Unfallversicherung** der Württembergischen Versicherung stiegen die gebuchten Bruttobeiträge um 5,5 Prozent auf 1,85 Milliarden Euro. Das Wachstum ist auf das Kfz-Geschäft und die Firmen- und Privatkundensparte zurückzuführen.
- Bei der **Personenversicherung** nahmen die gebuchten Bruttobeiträge um 4,5 Prozent auf 2,22 Milliarden Euro zu, vor allem dank deutlich höherer Einmalbeiträge in der Lebensversicherung und weiterer Zuwächse in der Krankenversicherung.

Dividendenkontinuität dank bilanzieller Wetterfestigkeit

Vorstand und Aufsichtsrat der W&W AG schlagen der ordentlichen Hauptversammlung eine **Dividende von 65 Eurocent** je Aktie vor und damit den gleichen Betrag wie im Vorjahr. Diese Dividendenkontinuität ungeachtet der hohen Investitionen in die Zukunft der W&W-Gruppe ist auch Ausdruck operativer Stärke und bilanzieller Wetterfestigkeit des Konzerns. Gleichzeitig führt die W&W damit ihre aktionärsfreundliche Politik fort und beteiligt die Aktionäre angemessen am Unternehmenserfolg.

Digitale Geschäftsmodelle gewinnen an Dynamik

Die seit Mai 2018 in der **brandpool GmbH** gebündelten digitalen Geschäftsmodelle der W&W-Gruppe generieren bereits jetzt nennenswert Geschäft und erschließen neue Kundengruppen:

- Allein die **Digitalmarke „Adam Riese“** hat seit ihrem Start Ende 2017 bis Ende 2018 bereits mehr als 30.000 Kunden für eine flexible und günstige Haftpflicht- oder Rechtsschutzversicherung gewonnen. Mittlerweile liegt die Kundenzahl schon bei knappen 50.000. Eine Betriebshaftpflicht- und eine Hausrat-Versicherung kamen im zweiten Halbjahr 2018 neu ins Angebot.
- Der **digitale Finanzassistent FinanzGuide** hat seit Beginn des Jahres 2018 rund 20.000 Beratungsimpulse für die Außendienstpartner gebracht. Den Kunden von Wüstenrot und der Württembergischen Versicherungsgruppe bietet der „FinanzGuide“ mehr Übersicht und Komfort bei der Nutzung ihrer Finanz- und Versicherungsprodukte.
- **NIST, der digitale Finanzierungsbegleiter zur Wunschimmobilie**, verzeichnet eine erfreuliche Entwicklung im ersten Jahr. Er ist für die digital-affine Zielgruppe eine

Alternative zum Filialbesuch und arbeitet online mit mehr als 400 Partnerbanken zusammen.

Die Internetpräsenz der 2018 gestarteten **Wüstenrot Wohnwelt** wurde bereits millionenfach angeklickt. Die Wohnwelt hat die Marke Wüstenrot neu aufgeladen und zeigt deren Kompetenz über das reine Bauspargeschäft hinaus bei allen Fragen zum Thema „Wohnen“.

Ein weiterer Schwerpunkt lag 2018 auf der Stärkung des Vertriebs: Das interne Ziel von 570 sogenannten **Tandem-Partnern im Außendienst** von Wüstenrot und Württembergische konnte mit mehr als 750 Partnern deutlich übertrroffen werden. Dieses Vertriebsformat bündelt die Bauspar- und Versicherungskompetenzen in der W&W-Gruppe und trägt damit einem ganzheitlichen Beratungsansatz Rechnung.

Vorstandsvorsitzender Jürgen A. Junker: „Unsere digitalen Initiativen generieren wichtiges Geschäft. Wir werden unserem Portfolio weitere Produkte und Angebote hinzufügen. Allerdings gilt dabei unverändert der Grundsatz: Digitalisierung ist kein Selbstzweck. Alles, was wir tun, muss dem Kunden dienen. Klar ist: Wir gehen in der Digitalisierung schnell, konsequent und erfolgreich vor. Damit verschaffen wir uns weitere Vorteile für die Zukunft.“

Ausblick auf das Geschäftsjahr 2019

Anhaltende Niedrigzinsen, neue Wettbewerber und weiter wachsende Regulatorik bleiben 2019 Herausforderungen für die gesamte Finanzdienstleistungsbranche. Hinzu kommt die sich abschwächende gesamtwirtschaftliche Entwicklung in Deutschland und Europa nach Jahren des Aufschwungs, deren Auswirkungen abzuwarten bleiben.

Ungeachtet dessen geht die W&W-Gruppe weiterhin von grundsätzlich aussichtsreichen Rahmenbedingungen für das Neugeschäft aus. Zusammen mit weiteren Fortschritten bei Kosten und Produktivität erwartet der Vorstand, 2019 den Konzernjahresüberschuss aus dem Vorjahr von 215 Millionen Euro zu übertreffen. Damit würde die W&W-Gruppe bereits in den Zielkorridor eines Konzernüberschusses von 220 bis 250 Millionen Euro gelangen, der nachhaltig angestrebt wird.

KONTAKT

Wüstenrot & Württembergische AG
KK Externe Kommunikation
Katja Bäcker-Wittke
Telefon: +49 (711) 662-724032
Telefax: +49 (711) 662-824032
E-Mail: katja.baecker-wittke@ww-ag.com
Internet: <http://www.ww-ag.com>