

W&W mit starkem ersten Halbjahr / Erneutes Gewinnwachstum – Neue Produkte erfolgreich eingeführt

Die Wüstenrot & Württembergische-Gruppe (W&W) hat sich im ersten Halbjahr 2015 weiter erfreulich entwickelt. Der Konzernüberschuss nach Steuern liegt mit 144,1 Millionen Euro (Vorjahr: 130,6 Millionen Euro) deutlich über dem Niveau des Vorjahres. Bereits im Juli hatte die Stuttgarter Finanzdienstleistungsgruppe ihre Ergebnisprognose für das Gesamtjahr auf die Bandbreite von 200 bis 240 Millionen Euro erhöht,

sofern außergewöhnliche Belastungen infolge extremer Schäden oder besonderer Kapitalmarktveränderungen ausbleiben. Vorausgesagt waren zuvor rund 200 Millionen Euro. Mit der Einführung neuer Produkte wie der „PrivatRente Extra“ oder dem aus Tagesgeld- und Investmentanlage kombinierten „Rendite-Duo“ hat der Vorsorge-Spezialist im laufenden Jahr seine konsequente Ausrichtung an den Kundenwünschen weiter verstärkt.

Das Neugeschäft der W&W-Gruppe entwickelte sich im ersten Halbjahr 2015 fast durchweg positiv. Die Wüstenrot Bausparkasse legte im Brutto-Neugeschäft um knapp vier Prozent auf rund 7,3 Milliarden Euro (Vorjahr: 7,0 Milliarden Euro) zu und wuchs damit stärker als der Markt. Das Netto-Neugeschäft konnte mit 5,3 Milliarden Euro Bausparsumme (Vorjahr: 5,5 Milliarden Euro) nahezu stabil gehalten werden. Die erfolgreiche Geschäftsentwicklung der Nummer 2 am Markt hat damit einmal mehr die Attraktivität der Vorsorgeform Bausparen unterstrichen. Mit rund 2,7 Milliarden Euro nach rund 2,2 Milliarden Euro im Vorjahreszeitraum gab es zudem im konzernweiten Baufinanzierungsgeschäft einen markanten Zuwachs – und das trotz Fokussierung auf ertragsstarke Angebote. Erneut erfolgreich war darunter die Vermittlungstätigkeit an Fremdbanken unter anderem über die Baufinanzierungsplattform, die mit knapp 550 Millionen Euro (Vorjahr: 360 Millionen Euro) positiv zu Buche schlug.

Bei den Versicherungen der W&W-Gruppe erzielte die Schaden-Unfallversicherung bei den gebuchten Bruttobeiträgen im ersten Halbjahr einen Zuwachs. Sie erhöhten sich um knapp 39 Millionen Euro auf 1,04 Milliarden Euro. Die Personenversicherungen erzielten 1,12 Milliarden Euro gebuchte Bruttobeiträge (Vorjahr: 1,15 Milliarden Euro). Hier drückt sich unter anderem die vorsichtige Zeichnungspolitik der Württembergischen Lebensversicherung bei Einmalbeiträgen aus.

Dr. Alexander Erdland, Vorstandsvorsitzender der W&W AG: „Der positive Verlauf des ersten Halbjahres 2015 zeigt, dass die W&W-Gruppe unverändert auf Erfolgskurs ist. Dies ist nur möglich, weil wir frühzeitig kosten- und risikobewusst gehandelt haben. Und wir setzen konsequent darauf, die Qualität unserer Leistungen an den Wünschen der Kunden auszurichten.“ Die erst dieser Tage bestätigten Ratings durch Standard & Poor's untermauern den W&W-Kurs. Die Kerngesellschaften verfügen weiter über ein „A-“ Rating mit stabilem Ausblick, das Risikomanagement wurde erstmals als „Strong“ eingruppiert.

Mit neuen Produkten nah am Kunden

Die W&W-Gruppe hat im laufenden Jahr wiederum etliche Neuerungen auf den Markt gebracht, die speziell in der aktuellen Niedrigzinsphase attraktive Renditeperspektiven eröffnen. Mit der Produktlinie „Extra“ bietet beispielsweise die Lebensversicherungstochter WürttLeben ein neues Rentenprodukt für die private (PrivatRente Extra) und betriebliche Altersvorsorge an. Die Rente verbindet klassische Garantien für Kapital und Rente mit einer erhöhten Verzinsung in der Ansparphase – im Gegenzug ist die bei Vertragsabschluss garantierte Rente zunächst geringer als bei vergleichbaren klassischen Produkten. Der Versicherte erhält jedoch zusätzlich die

Chance, zum tatsächlichen Rentenbeginn von einer höheren Rente zu profitieren, sofern der Garantiezins bis dahin wieder gestiegen ist.

Sicherheit trifft Chance lautet das Motto des „Rendite-Duos“ der Wüstenrot Bank. Das Produkt kombiniert den kurzfristigen Ertrag eines Tagesgeldes mit der langfristigen Perspektive der Investmentanlage. Bei einer festen Anlagesumme erwirbt der Kunde für die Hälfte des Betrages einen passenden Investmentfonds, für die andere Hälfte sichert er sich die attraktiven Konditionen der Wüstenrot Bank beim Tagesgeldkonto für vier Monate. Insgesamt ist die Wüstenrot Bank derzeit dabei, sich als Digitalbank für das Privatkundengeschäft neu zu positionieren. Zahlreiche innovative Services wie beispielsweise die Video-Legitimation bei der Kontoeröffnung, die Video-Beratung im Investmentgeschäft oder das „Konto ohne Unterschrift“ werden bei der Bank produktseitig von neuen Angeboten im Konto-, Karten- und Investmentbereich flankiert. Mit einem Zuwachs von 30.000 Neukunden konnte die Wüstenrot Bank im ersten Halbjahr bereits einen beachtlichen Erfolg ihrer Neuausrichtung verbuchen.