

## W&W startet Digitalmarke „Adam Riese“



W&W Standort in Stuttgart

© Wüstenrot & Württembergische AG

**Die Wüstenrot & Württembergische-Gruppe (W&W) bringt mit „Adam Riese“ eine neue digitale Marke auf den deutschen Versicherungsmarkt. Einfache Produkte von hoher Qualität, konsequent bepreist nach Bedarf und Risiko, richten sich an Kunden, die Preise und Produkte über Makler oder selbst online vergleichen. Als erstes Produkt geht ab Oktober 2017 eine private Haftpflichtversicherung an den Start.**

Diese ist verfügbar über einen ersten Poolmakler, das Vergleichsportal Verivox sowie direkt über [www.adam-riese.de](http://www.adam-riese.de). Weitere Maklerpools und Vergleichsplattformen sollen bis Jahresende dazukommen, anschließend auch der Vertrieb über ausgewählte Kooperationspartner.

Franz Bergmüller, Vorstand der Württembergischen Versicherung: „Mit Adam Riese dehnen wir unser Neugeschäfts-Potenzial auf neue Kundensegmente aus. Gleichzeitig erschließen wir zusätzliche Absatzwege. Die neue Marke ermöglicht uns, Produkte und Services deutlich besser als bisher auf die Zusammenarbeit mit Maklern auszurichten.“ Dafür sorgt auch die schnelle, digitale Anbindung jedes Vertriebspartners auf Basis des führenden BiPro-Standards (Brancheninstitut für Prozessoptimierung), der unternehmensübergreifende Abläufe vereinheitlicht.

Zielgruppe von Adam Riese sind Kunden, die sich wesentlich auf Preis und Leistung eines Produkts konzentrieren und Anbieter entsprechend vergleichen wollen – selbst oder durch den Makler ihres Vertrauens. Darauf gründet auch der Slogan der neuen Digitalmarke: „Nur das, was zählt.“ Namentlich an den Vater modernen Rechnens angelehnt, möchte Adam Riese die komplexe Herausforderung bedarfsgerechten Versicherens digital vereinfachen: nachvollziehbare Produktgestaltung, keine Versicherungs-Fachsprache, stattdessen integrierte Assistenz-Services, schneller Online-Abschluss und volldigitaler Schadenprozess – im Standardfall sind es nur fünf Minuten von der Schadenmeldung bis zur Erstattung. „Wir bieten standardisierte Produkte mit wählbaren Gestaltungsoptionen an, die dann ausschließlich nach versichertem Risiko und

gewünschtem Leistungsumfang bepreist werden“, erklärt Dr. Oliver Kuhnle, Leiter des derzeit 16-köpfigen Adam-Riese-Teams mit Sitz am W&W-Standort Stuttgart.

Adam Riese ist der erste volldigitale Versicherungsanbieter, der nach nur zehn Entwicklungs-Monaten über mehrere Vertriebskanäle gleichzeitig in den Markt eintritt. Die eigenständige Marke geht einher mit einer eigenständigen IT aus dem Software-Haus Adcubum. Sie ermöglicht ein schlankes Betriebsmodell, die schnelle Partner-Anbindung und zügigen Service – effiziente Abläufe und digital ermöglichter Kundenfokus gehen so Hand in Hand.

In den nächsten Schritten gilt es, den Web-Auftritt zu optimieren und weitere vom Kunden gewünschte Funktionen zu ergänzen. Service-Abläufe sind stetig zu verbessern und die Entwicklung weiterer Produkte zu forcieren. Das nächste Adam-Riese-Produkt, eine Rechtsschutzversicherung, ist bereits in Planung und soll Anfang 2018 in den Verkauf gehen.

### **Die Digitalisierungs-Chancen nutzen**

Insgesamt kommt die W&W-Gruppe mit ihrer Weiterentwicklung entlang veränderter Kundenbedürfnisse und elektronischer Kontakt- und Abschlussmöglichkeiten gut voran. So brachten Wüstenrot und die Württembergische vor allem in den letzten zwei Jahren diverse Online-Angebote und -Services auf den Markt. Schon seit Frühjahr 2016 kann das Wüstenrot Wohnsparen im Internet abgeschlossen werden, seither gingen zahlreiche weitere Produkte der W&W-Traditionsmarken online. Gleichzeitig werden die beiden Internetpräsenzen [mein.wuestenrot.de](http://mein.wuestenrot.de) und [meine.wuerttembergische.de](http://meine.wuerttembergische.de) sukzessive zu Service-Portalen ausgebaut.

Hinzu kommt eine wachsende Anzahl an Apps, die den Umgang mit Vorsorge-Themen einfacher und mobiler machen. So führte die Württembergische Versicherung den Online-Abschluss von Versicherungen für Young- und Oldtimer auf der Internetseite [Oldtimer.de](http://Oldtimer.de) ein sowie eine App-basierte Telematik-Lösung für Kfz-Versicherungsnehmer, die unter 30 sind. Die Württembergische Krankenversicherung erhielt sogar den „Innovationspreis der Assekuranz“, und zwar für ihre neue digitale Abschlussmöglichkeit „Württembergische SignIT“ für Zahn- und Pflégetarife.

Zu den weiteren Meilensteinen auf dem Digitalisierungsweg gehört die Entwicklung der „Plattform Wohnen“ sowie die für Dezember geplante Einführung des „FinanzGuide“. Dieser digitale Finanzassistent unterstützt W&W-Kunden per Smartphone, ihr Versicherungs-, Bauspar- und Bank-Portfolio zu überblicken, zu verwalten und zu optimieren.

Weitere Informationen zur neuen Digitalmarke der W&W finden Sie auf [www.adam-riese.de](http://www.adam-riese.de). Die neue Marke wird dieser Tage im Rahmen einer Führungskräfte-Konferenz in der W&W-Gruppe vorgestellt. Im Zuge dessen erfolgt die Live-Schaltung der Adam-Riese-Homepage am Abend des 26. Oktober 2017.

### **Pressekontakt:**

Dr. Immo Dehnert  
Telefon: 0711 / 662 - 72 1471

E-Mail: [immo.dehnert@ww-ag.com](mailto:immo.dehnert@ww-ag.com)

## **Unternehmen**

Wüstenrot & Württembergische AG  
Gutenbergstraße 30  
70176 Stuttgart

Internet: [www.wuerttembergische.de](http://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 Traditionsunternehmen 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.