

Schaden- und Unfallversicherung treibt W&W-Ergebnis voran



W&W Standort in Stuttgart

© Wüstenrot & Württembergische AG

- **Konzernüberschuss steigt nach neun Monaten 2017 auf 214,7 Millionen Euro**
- **Schaden-/Unfallversicherung profitiert von moderater Schadenquote und risikobewusster Zeichnungspolitik**
- **Bausparen und Baufinanzierung verteidigen hohes Geschäftsniveau**
- **Digitalisierung der W&W-Geschäfte kommt gut voran**
- **Vorstandsvorsitzender Jürgen A. Junker: „W&W gewinnt immer mehr an Dynamik und Geschwindigkeit“**

Die Wüstenrot & Württembergische-Gruppe (W&W) hat in den ersten neun Monaten 2017 einen deutlichen Ergebniszuwachs erzielt. Mit 214,7 Millionen Euro lag der Konzernüberschuss um knapp 35 Millionen Euro beziehungsweise 19,4 Prozent über dem Niveau im gleichen Vorjahreszeitraum (179,8 Millionen Euro). Den größten Ergebnisbeitrag lieferte erneut die Schaden- und Unfallversicherung; zusätzlich verzeichnete die W&W einen positiven Ergebniseffekt aus einem Beteiligungsverkauf. Für das Gesamtjahr 2017 rechnet der Finanzdienstleister weiterhin mit einem Konzernüberschuss, der den Vorjahreswert von 235 Millionen Euro erkennbar übersteigen wird.

Jürgen A. Junker, Vorstandsvorsitzender der W&W AG, kommentiert: „In dem für Finanzdienstleister seit Jahren herausfordernden Umfeld gewinnt unser Vorsorgekonzern immer mehr an Dynamik und Geschwindigkeit. Unser zentrales Ziel bleibt, im Neugeschäft nachhaltig stärker als der Markt zu wachsen. Der bisherige Geschäftsverlauf des Jahres 2017 zeigt, dass wir dazu in der Lage sind. Klar ist aber auch, dass der weitere Weg nicht einfacher wird. Intensiver Wettbewerb, der Aufbruch ins digitale Zeitalter und veränderte Kundenanforderungen prägen unsere Branche. In diesem Umfeld ist für die W&W-Gruppe ein Punkt zentral: den Kundennutzen als absolute Leitgröße zu realisieren. Vor diesem Hintergrund investieren wir weiter kräftig in unseren Vertrieb, in neue Produkte und in die Digitalisierung.“

Entwicklung der Geschäftsfelder nach neun Monaten 2017

Segment BausparBank: Das Neugeschäft in diesem Segment entwickelte sich im dritten Quartal 2017 gut, gemessen am Markt. Das Brutto-Neugeschäft erreichte 10,11 Milliarden Euro und lag damit nur noch rund 3 Prozent unter dem Wert für den Vorjahreszeitraum (10,43 Milliarden Euro). Das Netto-Neugeschäft nach Bausparsumme lag bei der Wüstenrot Bausparkasse nach neun Monaten mit 8,46 Milliarden Euro fast auf dem Vorjahresniveau von 8,79 Milliarden Euro. Zu berücksichtigen sind hierbei insgesamt die Sondereffekte aus dem 2016 neu eingeführten Bauspartarif „Wüstenrot Wohnsparen“, der das Neugeschäft 2016 erhöht hatte. Insgesamt konnte Wüstenrot die Marktposition als zweitgrößte deutsche Bausparkasse ausbauen. Bis zum Jahresende wird mit einer weiteren Belebung des Geschäfts gerechnet.

Auf Wachstumskurs ist das Baufinanzierungsgeschäft inklusive den Vermittlungen ins Fremdbuch, das konzernweit nach drei Quartalen um 3,1 Prozent auf 4,14 Milliarden Euro zulegte (neun Monate 2016: 4,01 Milliarden Euro).

Segment Schaden-/Unfallversicherung: In der Schaden- und Unfallversicherung nahmen die gebuchten Bruttobeiträge weiterhin deutlich zu. Sie stiegen um 4,3 Prozent auf 1,48 Milliarden Euro (neun Monate 2016: 1,41 Milliarden Euro). Die traditionell nachhaltige und risikobewusste Zeichnungspolitik der Württembergischen Versicherung führte zusammen mit moderaten Elementarschäden zu einer verbesserten Combined Ratio (brutto) von 90,7 Prozent (Vorjahreszeitraum: 91,3 Prozent). Das Segmentergebnis erhöhte sich von 84,2 Millionen Euro um nahezu ein Drittel auf 109,2 Millionen Euro.

Segment Personenversicherung: In der Personenversicherung, die die Lebens- und Krankenversicherung umfasst, betrugen die gebuchten Bruttobeiträge 1,55 Milliarden Euro nach 1,70 Milliarden Euro im Vorjahreszeitraum (- 8,6 Prozent). Dabei wurde bei der Lebensversicherung bewusst auf Einmalbeitragsgeschäft verzichtet und stattdessen auf nachhaltiges Wachstum gesetzt. Positiv verlief hierbei die Entwicklung im Bereich der betrieblichen Altersversorgung (bAV). Hier wurde ein Zuwachs der Beitragseinnahmen um 8,8 Prozent auf 583,9 Millionen Euro verzeichnet. Die Württembergische Krankenversicherung konnte die Bruttobeiträge um 7,3 Prozent auf 172,1 Millionen Euro steigern (neun Monate 2016: 160,4 Millionen Euro).

Erfreulicher Start der neuen Digitalmarke „Adam Riese“

Um den sich ändernden Kundenanforderungen Rechnung zu tragen, hat die W&W im bisherigen Jahresverlauf zahlreiche digitale Initiativen gestartet. Im Oktober 2017 erfolgte – zunächst mit dem Angebot einer privaten Haftpflichtversicherung – der Start der eigenen Digitalmarke „Adam Riese“ für den Versicherungsmarkt. Ausgerichtet auf online-affine Kunden, die Preise und Produkte über Makler oder eigenständig online vergleichen, bietet „Adam Riese“ Basisprodukte von hoher Qualität. Damit erschließt die W&W-Gruppe neue Zielgruppen und Absatzwege im Finanzdienstleistungsmarkt.

Parallel dazu kommt die W&W-Gruppe mit der Weiterentwicklung 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 und meine.wuerttembergische.de sukzessive zu Service-Portalen ausgebaut. Parallel dazu verstärkt der Vorsorgekonzern die Schnittstellen im traditionellen Geschäft, indem vermehrt Tandem-Büros beider Konzernmarken gegründet werden.

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 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.