

## Wüstenrot-Neugeschäft auf Rekordniveau

**Der Stuttgarter Vorsorge-Spezialist Wüstenrot & Württembergische (W&W) ist 2012 im Bausparen weiter vorangekommen. Besonders die von Wüstenrot verfolgte wertorientierte Wachstumsstrategie trägt Früchte: Zum insgesamt fünften Mal in Folge ist das eingelöste Neugeschäft (Netto-Neugeschäft) gestiegen, diesmal um 3,4 Prozent auf die neue Bestmarke von 12,2 Milliarden Euro Bausparsumme. Nach eigenen Berechnungen konnte Wüstenrot den Marktanteil damit leicht ausbauen. Das Brutto-Neugeschäft bewegte sich mit rund 15,3 Milliarden Euro auf dem Rekordniveau des Vorjahres. Insgesamt konnte die Wüstenrot Bausparkasse damit ihre Position als Nummer 2 unter den deutschen Bausparkassen weiter festigen.**

**Marktposition weiter gefestigt - breiter Vertriebs-Ansatz zahlt sich aus**

**Der Stuttgarter Vorsorge-Spezialist Wüstenrot & Württembergische (W&W) ist 2012 im Bausparen weiter vorangekommen. Besonders die von Wüstenrot verfolgte wertorientierte Wachstumsstrategie trägt Früchte: Zum insgesamt fünften Mal in Folge ist das eingelöste Neugeschäft (Netto-Neugeschäft) gestiegen, diesmal um 3,4 Prozent auf die neue Bestmarke von 12,2 Milliarden Euro Bausparsumme. Nach eigenen Berechnungen konnte Wüstenrot den Marktanteil damit leicht ausbauen. Das Brutto-Neugeschäft bewegte sich mit rund 15,3 Milliarden Euro auf dem Rekordniveau des Vorjahres. Insgesamt konnte die Wüstenrot Bausparkasse damit ihre Position als Nummer 2 unter den deutschen Bausparkassen weiter festigen.**

Der Erfolg im Bausparen resultiert aus dem breiten vertrieblichen Ansatz von Wüstenrot. Die eigene Vertriebsorganisation hat mit einem Neugeschäftsanteil von deutlich über 50 Prozent traditionell am stärksten dazu beigetragen.

Darüber hinaus stützen zahlreiche Kooperationspartner wie Banken, Versicherungen und weitere Vertriebspartner die positive Entwicklung. Allein die Commerzbank als größter Kooperationspartner erzielte bereits im zweiten vollständigen Jahr der Zusammenarbeit ein Volumen von knapp 2 Milliarden Euro und ein deutliches Stückzahlwachstum bei der Vermittlung von Bausparverträgen für Wüstenrot. Mit der HVB und Santander zählen weitere große Banken zu den Partnern der ältesten deutschen Bausparkasse. Exklusive Vertriebsabkommen bestehen auch mit der Allianz/OLB und der ERGO-Gruppe. Hinzu kommen Partnerschaften mit dem dbb und ver.di.

Bernd Hertweck, Vertriebsvorstand von Wüstenrot: „Es zeigt sich, dass die Multikanalstrategie von Wüstenrot im Markt zunehmend erfolgreich ist. Das Potenzial an Kunden, welches wir mit unseren Angeboten erreichen können, ist auch 2012 durch neue Partnerschaften weiter gestiegen und beträgt deutlich über 40 Millionen Menschen. Dies stimmt uns für das Bausparjahr 2013 und darüber hinaus sehr optimistisch.“

### **Auszeichnungen für Produktqualität - Jugendbausparen im Kommen**

Die Wettbewerbsposition sieht Wüstenrot nicht nur durch einen breiten Zugang zum Kunden, sondern auch durch leistungsstarke Produkte sowie einen von unabhängiger Seite bestätigten exzellenten Kundenservice gestärkt. Ein Beispiel für die am Kundenbedarf ausgerichtete Produktpalette ist das zur Jahresmitte 2012 eingeführte Jugendbausparen. Die Resonanz auf die Produkteinführung war stark, es konnten rund 32.000 neue junge Bausparer gewonnen werden.

Zudem konnte Wüstenrot in Sachen Produkt- und Beratungsqualität 2012 weiter punkten. Das Riester-Bausparen von Wüstenrot ist 2012 in Untersuchungen der Stiftung Warentest und von

Focus Money erneut als Sieger durchs Ziel gegangen. Bei einer Untersuchung zur Beratungsqualität von Bausparkassen kürte die Stiftung Warentest in ihrer auf Testkäufen basierten Analyse Wüstenrot zum Gesamtsieger.

Schließlich verfügt Wüstenrot mit der Zuschussberatung für energetische Modernisierungen, der Zusammenarbeit mit Energie-Fachberatern und dem politischen Engagement in der Berliner Allianz für Gebäude-Energie-Effizienz (geea) schon heute über eine hohe Expertise im Bereich der Renovierungs- und Modernisierungsfinanzierung als zentralem Wachstumsfeld der Baufinanzierung.

### **Höhere Werthaltigkeit in der Baufinanzierung**

In der Baufinanzierung hat der W&W-Konzern 2012 neue Kredite in Höhe von 4 Milliarden Euro vermittelt (Vorjahr 4,4 Milliarden Euro). Dazu Vertriebsvorstand Hertweck: „Auch hier wurde sehr auf die höhere Werthaltigkeit des Geschäftes geachtet. Durch ertragsstärkere Angebote konnte die Profitabilität des Neugeschäfts deutlich gesteigert werden.“

### **Migration der ehemaligen Allianz Dresdner Bauspar abgeschlossen**

Zum Jahreswechsel 2012/13 konnte Wüstenrot zudem einen weiteren bedeutenden Schritt bei der Ausgestaltung einer kundenorientierten Organisation und der Vereinfachung von internen Abläufen gehen. Anfang Januar wurden die Systeme und Vertragsbestände der im Jahr 2010 erworbenen Allianz Dresdner Bauspar AG (ADB) erfolgreich auf die Wüstenrot-Systeme migriert. Damit ist es Wüstenrot zwei Jahre nach der Migration der ehemaligen Vereinsbank Victoria Bauspar AG (VVB) gelungen, innerhalb kürzester Zeit zwei mittelgroße Bausparkassen vollständig zu integrieren.

#### **Wüstenrot & Württembergische AG**

- Konzernentwicklung und Kommunikation -  
Gutenbergstraße 30  
70176 Stuttgart

Telefax: 0711 / 662 - 72 1334

Webseite: [www.ww-ag.com](http://www.ww-ag.com)

#### **Ihr Ansprechpartner:**

Dr. Immo Dehnert  
- Leiter Kommunikation -

Telefon: 0711 / 662 - 72 1471

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

### **Wüstenrot & Württembergische - Der Vorsorge-Spezialist**

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 von 9.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Innendienst und 6.000 Außendienst-Partnern. 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.

