



Carsten Maschmeyer
Vorsitzender des Vorstands
der AWD Holding AG,
in der Hauptversammlung am 31. Mai 2006

Meine Damen und Herren, sehr verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, liebe Freunde von AWD,

im Namen des Vorstandes heiße ich Sie herzlich willkommen zur sechsten ordentlichen Hauptversammlung von Europas größtem unabhängigen Finanzdienstleister. Es ist schön, Sie hier in Hannover begrüßen zu können.

Gleich ob Sie heute als Privataktionäre, als institutionelle Anleger, als Bankenvertreter oder als Mitarbeiter unseres Hauses hierher gekommen sind: Ihre Anwesenheit am heutigen Tage zeigt Ihr Interesse an der Entwicklung Ihres Unternehmens, Sie zeigen Ihre Verbundenheit mit der AWD Gruppe. Sehr herzlich begrüße ich auch die Vertreter der Medien, die für uns auch im Geschäftsjahr 2005 objektive Wegbegleiter der Weiterentwicklung unserer AWD Gruppe gewesen sind.

Wir freuen uns, Sie über das vergangene Jahr ausführlich zu informieren. Lassen Sie mich daher mit einem

Rückblick auf das Geschäftsjahr 2005 beginnen.

Dann möchte ich Ihnen zeigen, wo Ihr Unternehmen nach dem ersten Quartal 2006 steht, welche Perspektiven sich uns im hochattraktiven, europäischen Finanzdienstleistungs- und Altersvorsorgemarkt mit unserem Geschäftsmodell bieten und was wir uns für das laufende Geschäftsjahr vorgenommen haben.

Meine Damen und Herren, im Geschäftsjahr 2005 hat die AWD Gruppe wiederum ihre Marktführerposition als unabhängiger Finanzdienstleister in Europa erfolgreich ausgebaut: Mehr als 437.000 Kunden haben wir in unseren 11 Märkten unabhängig und bedarfsgerecht beraten. Unsere Berater waren so fleißig wie nie zuvor, was man an der Rekordzahl von 906.000 Verträgen ablesen kann. Ein großartiger Vertrauensbeweis für unser erfolgreiches Geschäftsmodell. All diese Kunden haben genau die Vorteile, die wir ihnen als „Ihr unabhängiger Finanzoptimie-

rer“ jeden Tag durch unabhängige Beratung und Financial Planning geben.

Dies ist der Anspruch an uns selbst und zugleich das Leitbild unserer Beraterinnen und Berater. Rund 6.000 von ihnen arbeiten mit großem persönlichen Engagement und hoher Fachkompetenz von Manchester über Zürich bis nach Mailand, vom Büroleiter bis zur Finanzberaterin, vom Trainee bis zum Vertriebsdirektor. Sie alle arbeiten daran, für den Kunden finanziellen Schutz und wirtschaftliche Freiheit bestmöglich zu erreichen. Ihnen allen möchte ich am heutigen Tage im Namen des Vorstandes und Aufsichtsrates ganz besonders herzlich für Ihren Einsatz danken.

Rückblick 2005

Meine Damen und Herren, 2005 war ein Jahr der Herausforderungen – vor allem für die Menschen in unserem Heimatmarkt Deutschland – und ein Jahr des grundlegenden Umbruchs: Die Einführung der nachgelagerten Besteuerung der Alterseinkünfte erforderte eine völlig neue Produktwelt.

Plötzlich rückten bei der Planung der Altersvorsorge Fragestellungen in den Vordergrund, die zuvor von untergeordnetem Belang waren. Für die Riester-Rente ist von entscheidender Bedeutung, ob ein Kunde verheiratet ist und wie viele Kinder er hat. Auch, ob er möglicherweise nach Beendigung des Erwerbslebens im Ausland leben möchte, ob er im Laufe seines Werdegangs den Gang in die Selbstständigkeit plant. Entscheidet dies doch darüber, was für ihn günstiger ist: Vorsorge mit Riester oder Rürup. Zusätzlich stellt sich die Frage nach der betrieblichen Altersvorsorge. Kurz gesagt: Für unsere Kunden hat die Komplexität bei der Altersvorsorge mit Beginn des Jahres 2005 ein nicht mehr durchschaubares Ausmaß erreicht.

Auf diese Herausforderungen hatten wir uns rechtzeitig und zielführend bereits im Jahr 2004 eingestellt: Wir haben erhebliche, zusätzliche Beratungskapazitäten geschaffen, indem wir bereits 2004 zahlreiche neue Beraterinnen und Berater für AWD, für die Bewegung der Unabhängigen, ausgebildet und begeistert haben. Wir haben unsere Beraterinnen und Berater umfassend und nachhaltig in der neuen Produktwelt ausgebildet. Und zur bestmöglichen Beratungsunterstützung haben wir den Altersvorsorge-Optimierungsrechner entwickelt.

Dabei wird bei den Kundinnen bzw. Kunden der Versorgungswunsch ermittelt, die wahrscheinlichen Leistungen aus der gesetzlichen Rentenversicherung werden geschätzt und selbstverständlich werden möglicherweise bereits getätigte private Altersvorsorgeinstrumente mit einkalkuliert. Um die verbleibende Lücke optimal aufzufüllen, errechnen wir, welche private monatliche Zusatzrente bei einer bestimmten monatlichen Einzahlung erzielt werden kann. Selbstverständlich hat nicht jeder Kunde die Liquidität, um seine Rentenlücke komplett zu schließen. Aber jeder zusätzliche Euro an privater Altersvorsorge hilft.

Professor Rürup, der Vorsitzende des Sachverständigenrates, war von dieser marktführenden Software begeistert, als wir sie ihm anlässlich einer großen Fortbildungsveranstaltung im Februar letzten Jahres präsentierten. Denn sie errechnet auf der Basis des Kundenprofils individuell optimale Altersvorsorgeportfolios. Unsere Beraterinnen und Berater waren damit schon Ende 2004 für den erwarteten Komplexitätsschub ausgestattet.

Früher galt die Kapital-Lebensversicherung als Allheilmittel zum Vermögensaufbau bzw. zur Altersvorsorge. Dieses hat sich nun auf verschiedene Produkte wie Riester- bzw. Rürup-Rente, Investmentfonds, Entgeltumwandlung oder betriebliche Altersvorsorge etc. verlagert. An diesem Umfang und der Komplexität der Beratung wird der nebenberufliche „Sonntagsverkäufer“ scheitern. Er ist ein Auslaufmodell. In der Zukunft wird ganzheitliche Beratung und unabhängige Allfinanz über die begrenzte Produktwelt einer einzelnen Bank-, Fonds- oder Versicherungsgesellschaft hinaus gehen. Denn die Grundlage für die Altersvorsorgeberatung ist Financial Planning. Und da liegt das AWD-Geschäftsmodell mit seiner individuellen privaten Finanzstrategie inklusive Vorsorgerechner in der Branche vorn.

Der Start in das Geschäftsjahr 2005 verlief dynamisch und vielversprechend. Die erfreuliche Entwicklung hielt bis Mitte des zweiten Quartals an. Eine spürbare Veränderung begann mit der Verkündung der hohen Arbeitslosenzahlen und nach der Ankündigung vorgezogener Bundestagswahlen am 22. Mai 2005. Bundesbürger erwarten Klarheit von der Politik. Aus Vorsicht wurden langfristige Bindungen gescheut und kurzfristige Anlageformen der Vermögensbildung wie Sicht- und Spareinlagen bevorzugt. Dieses große Potential blieb aufgrund des Angstsparens und auch wegen der Sorge, arbeitslos zu werden, seinerzeit ungenutzt. Diese fehlende Sicherheit während des Wahlkampfes hat die Verbraucher verunsichert

und uns eine politisch motivierte Kaufzurückhaltung in Deutschland beschert. In einem erbittert geführten Lagerwahlkampf standen sich über vier Monate hinweg unvereinbare Positionen gegenüber. Die Menschen wussten zum Beispiel nicht, ob nach der Wahl „Zwangstriester“ kommen würde oder die gesamte Abschaffung der staatlich geförderten Vorsorge. Kopfpauschale stand gegen Bürgerversicherung, Kirchhoff-Konzept gegen Reichensteuer. Flattaxrate für alle war auf einmal das Stichwort.

In dieser Situation haben sich viele Menschen dazu entschlossen, den Sturm der widerstrebenden Meinungen und Konzepte vorbeiziehen zu lassen und abzuwarten. Die resultierende Zurückhaltung der Menschen, langfristig für ihr Alter vorzusorgen, hat die Nürnberger Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung (GfK) analysiert. Sie veröffentlichte im Oktober 2005 eine Studie, die zeigte, dass sich die Bereitschaft der Deutschen, Finanzprodukte mit langer Laufzeit abzuschließen, im Vergleich zum Oktober 2004 halbiert hatte. Als Grund gab das Institut die Unsicherheit des politischen Umfeldes an.

Entsprechend entwickelten sich die Umsatzerlöse ab Mai hier in Deutschland nicht wunschgemäß. Trotz einer Vielzahl an Beratungsterminen und der intensiven Aufklärungsarbeit durch unsere Beraterinnen und Berater veränderte sich die abwartende Haltung der Menschen zunächst nicht.

Erst mit der Amtsübernahme der großen Koalition am 22. November 2005 belebte sich die Nachfrage dann zum Glück wieder. Was ganz deutlich zeigt: In unserem Geschäft sind verlässliche Rahmenbedingungen für die Bürger sehr wichtig.

Seit dieser Klarheit im Spätherbst letzten Jahres hat sich unsere Umsatzentwicklung kontinuierlich verbessert. Die Bereitschaft der Menschen, gemeinsam mit unseren Beraterinnen und Beratern tragfähige und ganzheitliche Lösungen für die Altersvorsorge zu entwickeln, nimmt stetig zu. Der

hohe Aufklärungsaufwand unserer Beraterinnen und Berater erweist sich mehr und mehr als lohnende Investition in das Vertrauen der Menschen und die Zufriedenheit unserer Kunden. Bereits im vierten Quartal 2005 konnten wir Ihnen, meine Damen und Herren, daher eine deutliche Umsatzsteigerung und eine erhebliche Verbesserung des operativen Gewinns im Vergleich zum dritten Quartal berichten.

Wie im deutschen Markt war 2005 auch für unsere britischen Gesellschaften ein Jahr des Wandels: Durch den Erwerb des Premium-Finanzdienstleisters Chase de Vere im März 2005 sind wir in Großbritannien der klar führende unabhängige Finanzdienstleister im Segment der gehobenen Privatkunden. Damit hat sich unsere Marktposition in den Bereichen Wealth-Management und Consulting weiter gestärkt. Außerdem haben wir diese beiden Bereiche zusammengelegt. Nach diesen Änderungen stehen die intensive Ausschöpfung der bestehenden Wachstumspotentiale und die nachhaltige Anhebung der Profitabilität klar im Vordergrund. Dies wollen wir durch Nutzung von Synergien, weiteren Effizienzverbesserungen und somit Kosteneinsparungen erreichen.

Im Geschäftsfeld der Hypothekengefinanzierung, in dem wir mit AWD Home Finance aktiv sind, konnten wir wegen der vielen veränderten Regulierungsvorgaben nicht die gewohnte Umsatzleistung erzielen. Mittlerweile haben wir die Abläufe an die veränderten Bedingungen angepasst und unsere Berater umgeschult.

Auch die Führungsspitze von AWD Großbritannien hat im Vergleich zum letzten Jahr ein neues Gesicht bekommen: Die Positionen des Vorstandsvorsitzenden, des Vertriebschefs und des Finanzchefs haben wir mit branchenerfahrenen Spitzenmanagern neu besetzt. Mit all diesen Maßnahmen haben wir eine solide Basis für unseren künftigen Erfolg im Mutterland der unabhängigen Finanzdienstleistung geschaffen.

Bei AWD Italien haben wir die Back Office-Abläufe in grundlegender Weise neu ausgerichtet und teilweise ausgegliedert. Dadurch haben wir uns im Verwaltungsbereich personell deutlich verschlankt. Im Vertrieb konzentrieren sich die Aktivitäten auf den kaufkräftigeren Norden des Landes. Dort sind auch die aktiveren Mitarbeiter tätig. Die Vertriebs- und Kostenentwicklungen zielen darauf ab, den Break Even Ende 2006 endlich zu erreichen. Die personellen und organisatorischen Voraussetzungen sollten dafür jetzt geschaffen sein.

In Österreich und Zentral-/Osteuropa haben wir im Geschäftsjahr 2005 nahtlos an das profitable Wachstum des Jahres 2004 angeknüpft. Die Umsatzerlöse wie auch der operative Gewinn sind im Vergleich zum Jahr 2004 mit deutlich zweistelligen Raten angewachsen. Damit war AWD Österreich & Zentral-/Osteuropa in 2005 die Wachstums- und Ertragsperle im Märkteportfolio der AWD Gruppe. An der erfolgreichen Entwicklung von AWD Österreich zeigt sich, wie wichtig stabile Rahmenbedingungen für die Bereitschaft der Menschen sind, langfristig für ihr Alter vorzusorgen. Unser Marktanteil in Österreich erreichte Ende 2005 9%. Dazu hat der hohe Bekanntheitsgrad unserer Premium-Marke AWD, der in Österreich weit über 50% erreicht, ebenso beigetragen wie unsere marktprägende Beratungsqualität.

Zum wiederholten Male wurde AWD Österreich 2005 von einem Expertengremium als eines der führenden Unternehmen Österreichs gewählt. Für uns sind diese Auszeichnungen Bestätigung des hohen Mehrwerts, den wir unseren Kunden durch unabhängige Beratung und ganzheitliches Financial Planning bieten. Zugleich sind sie für uns Ansporn, im Sinne unserer Kunden noch besser zu werden.

Ein im Februar von der Zeitschrift „Trend“ veröffentlichter, unabhängiger Beratertest unterstreicht erneut die Qualitätsführerschaft von AWD. Wir haben die beste Note bekommen und dies im Vergleich zu renommierten

Banken und Versicherungen in Österreich.

Unabhängige Beratertests zeigen, dass wir nicht nur in Deutschland und Österreich, sondern auch in der Schweiz den Standard in der Beratungsqualität setzen. So haben wir auch in einem groß angelegten Beratervergleich in der Schweiz den ersten Platz belegt. Übrigens immer wenn die Tests repräsentativ sind, also eine ausreichende Anzahl von Beratern getestet wurde, schneiden wir besonders gut ab.

Meine sehr verehrten Damen und Herren, lassen Sie mich diesen kurzen Überblick über die wichtigsten Entwicklungen des Geschäftsjahres 2005 zusammenfassen. Die AWD Gruppe hat sich in ihren elf Märkten auch im Jahre 2005 behauptet. Unsere Marktführerschaft unter den unabhängigen Finanzdienstleistern in Europa haben wir weiter gefestigt und in unseren Kernmärkten sogar deutlich ausgebaut.

Mit dieser Einschätzung wollen wir keineswegs vergessen, dass wir uns für 2005 eine dynamischere Umsatzentwicklung und damit eine bessere Ertragslage gewünscht hätten. Trotzdem haben wir in 2005 eine solide Basis für die weitere erfolgreiche Entwicklung Ihrer AWD Gruppe gelegt:

- ▷ Europaweit haben wir 437.000 Kunden beraten und damit einen überwältigenden Zuspruch für unser einzigartiges Geschäftsmodell erhalten.
- ▷ Dabei konnten wir 220.000 Neukunden vom hohen Mehrwert unseres Beratungsansatzes aus unabhängiger Beratung und ganzheitlichem Financial Planning überzeugen.
- ▷ Den Wiedererkennungswert unserer Premium-Marke AWD haben wir durch erfolgreiches Marketing und Sponsoring weiter gesteigert. Wenn Sie am heutigen Tage mit der Bahn angereist sind, ist Ihnen sicherlich im Bahnhofsbereich aufgefallen, dass wir dieses Engagement auch mit Blick auf die anstehenden

hende Fußball-Weltmeisterschaft konsequent fortsetzen.

- ▷ Unsere Aufstellung im Kernmarkt Großbritannien haben wir nachhaltig weiter gestärkt.
- ▷ In Österreich und Zentral-/Osteuropa sind wir aus eigener Kraft dynamisch gewachsen und haben die Marktdurchdringung nochmals deutlich vorangetrieben.
- ▷ In einem herausfordernden Umfeld in unserem Kernmarkt Deutschland waren wir deutlich erfolgreicher als viele Mitbewerber in der Finanzdienstleistungsbranche. Das zeigt: Auch bei Gegenwind gibt es Sieger, wenn auch nicht mit neuer Bestzeit.

Insgesamt können wir festhalten, dass wir leicht besser durch das besondere Jahr 2005 gekommen sind als viele andere Unternehmen der Vorsorge- bzw. Versicherungsbranche und auch besser als viele deutsche Mitbewerber. Dieses bessere Abschneiden führen wir auf unsere Unabhängigkeit zurück. Auch die internationale Aufstellung – 48% des Umsatzes im Ausland – hat uns im letzten Jahr geholfen. Die 633 Mio. Euro Provisionserlöse entsprechen einer Distributionskraft von 12,6 Mrd. Euro Vermittlungsvolumen. Damit sind wir einer der größten Distributionskanäle im gesamten europäischen Markt.

Entwicklung im ersten Quartal 2006

Sie interessiert natürlich noch mehr die Entwicklung im ersten Quartal 2006.

Mit Umsatzerlösen in Höhe von 182 Mio. Euro, einer Steigerung um 15,9% zum ersten Quartal des Vorjahres, ist Ihre AWD Gruppe kraftvoll ins Geschäftsjahr 2006 gestartet. Organisch, also ohne Berücksichtigung der Umsätze von Chase de Vere, haben wir die Umsätze um über 9% im Vergleich zum ersten Quartal 2005 gesteigert.

Mit wachsender Dynamik haben wir an den klaren Aufwärtstrend des vierten Quartals 2005 angeknüpft. Vor allem aber haben wir damit ge-

zeigt, dass die schleppende Umsatzentwicklung insbesondere im dritten Quartal 2005 eine vorübergehende und durch die schwierigen, von mir eingangs erwähnten Rahmenbedingungen begründete Episode in Form einer unglücklichen Kumulierung von Einmaleffekten war.

Neben der deutlichen Verbesserung des Marktumfelds in Deutschland waren es vor allem unsere engagierten Beraterinnen und Berater, die diese Entwicklung mit ihrem beispielhaften Einsatz ermöglicht haben: Allein in den ersten drei Monaten dieses Jahres haben sie europaweit rund 133.000 Kunden beraten, über 26.000 mehr als im ersten Quartal 2005. Darunter waren über 50.000 Neukunden – 15% mehr als im ersten Quartal 2005 – die erstmals mit dem Wunsch nach Finanzoptimierung an uns herangetreten sind.

Eine klare Bestätigung für die hohe Wertschätzung unseres Beratungs- und Betreuungsansatzes sind die 82.000 Stammkunden, die im ersten Quartal 2006 beraten wurden. Dies sind 31,4% mehr als noch vor Jahresfrist. Über dieses Vertrauensvotum, das kaum deutlicher hätte ausfallen können, haben wir uns besonders gefreut. Unterstreicht es doch zugleich das hohe Maß an Kundenzufriedenheit mit der Dienstleistung, die wir bieten, und unsere Fähigkeit, erfolgreich Cross Selling zu betreiben.

Die durchschnittliche Beraterproduktivität konnte im ersten Quartal 2006 ebenfalls deutlich gesteigert werden. Gemessen am Umsatz je Berater nahm sie um 20,5% zum vergleichbaren Vorjahreszeitraum zu.

Wichtige Impulse für den erfolgreichen Jahresauftakt 2006 gab auch die Erhöhung unserer Beraterzahl. Mit 103 neuen Beraterinnen und Beratern, 74 davon allein in unserem Kernmarkt Deutschland, haben wir uns gezielt verstärkt. Diesen Trend wollen wir im weiteren Jahresverlauf fortsetzen und unsere Beratungs- und Betreuungskapazitäten gegenüber 2005 weiter steigern. Insgesamt 5.910 Beraterinnen und Berater haben im ersten Quartal europaweit zu unserem

beachtlichen Beratungserfolg beigetragen.

Unser Beratungsfokus lag im ersten Quartal 2006 mehr denn je auf langfristigen Vermögensaufbau- und Altersvorsorgekonzepten. 78% unserer Umsatzerlöse haben wir in diesen besonders nachhaltigen Produktbereichen erwirtschaftet. Über eine deutliche Steigerung der Anzahl der abgeschlossenen Verträge können wir auch bei den staatlich geförderten Altersvorsorgeprodukten berichten: Rund 19.000 Riester- und Rürup-Verträge wurden im ersten Quartal von uns in Deutschland vermittelt.

Besonders stark entwickelte sich in den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres der Bereich Investmentfonds. Die Umsatzerlöse in dieser Produktgruppe stiegen um 175% gegenüber dem ersten Quartal 2005. Damit stieg der Anteil der Investmentfonds von 7,9% des Gesamtumsatzes auf nunmehr 18%.

Das AWD Geschäftsmodell

Was sind die Gründe für den zukünftigen Erfolg der AWD Gruppe?

Meine sehr verehrten Damen und Herren, lassen Sie mich an dieser Stelle kurz auf unser seit 18 Jahren erfolgreiches Geschäftsmodell eingehen. In unserem täglichen Bemühen, unseren Kunden europaweit die höchste Beratungsqualität zu bieten, stehen wir auf einem festen Fundament. Es sind vier Grundpfeiler, die unser Geschäftsmodell tragen, die uns umfangreiche Wettbewerbsvorteile verschaffen und die uns zudem klar von unseren Mitbewerbern unterscheiden. Der erste und wichtigste Grundpfeiler ist unsere

1. Unabhängigkeit: Für AWD, meine Damen und Herren, ist Unabhängigkeit der Kern der Unternehmensphilosophie und unseres Beratungsansatzes.

AWD ist unabhängig, weil wir keine eigenen Produkte herstellen, sondern unseren Kunden durch unsere „offene Architektur“ ermöglichen, aus dem Produkt- und Tarifan-

gebot von mehr als 300 internationalen Produktherstellern auszuwählen.

AWD ist unabhängig, weil wir unsere Kunden, ihre Bedürfnisse und Wünsche, in den Fokus unserer optimierenden Beratungstätigkeit rücken.

AWD ist unabhängig, weil wir von kapitalseitigen Bindungen und wechselseitigen Verpflichtungen gegenüber Produktpartnern frei sind.

Welchen Vorteil unsere Kunden durch unsere unabhängige Beratung mit dieser besonders breiten Produktpalette haben, können Sie an den beiden nachfolgenden Beispielen erkennen:

Die günstigste Privathaftpflichtversicherung mit 10 Mio. Euro Versicherungssumme kostet laut Finanztest bei der HUK Coburg 69,- Euro. Wir haben aber eine Privathaftpflichtversicherung für unsere Kunden bei der Axa ausfindig gemacht, bei der sogar zusätzlich der Forderungsausfall und Schlüsselschäden beinhaltet sind und der Beitrag für die ganze Familie trotzdem nur 56,63 Euro beträgt.

In einem anderen Vergleich weist Finanztest die DEVK als besten Anbieter für eine Wohngebäudeversicherung mit einer Prämie von 165,- Euro aus. Wir können unseren Kunden die Patria Wohngebäudeversicherung Komfort inklusive Rückreisekosten für nur 151,95 Euro anbieten. Diese beiden Beispiele verdeutlichen unsere Aussage, für niedrigere Beiträge zu sorgen.

Als Muster für höhere Renditen hilft zum besseren Verstehen nachfolgendes Beispiel. Sie alle kennen die niedrigen Zinsen auf Sichteinlagen und Sparsbüchern. Das kann man optimieren.

Nehmen wir einen der zahlreichen Kunden, der vor zehn Jahren den DWS Vermögensbildungsfonds 1 abgeschlossen hat. Dieser hat insgesamt durchschnittlich 14% Rendite pro Jahr erzielt. Natürlich gab es Zwischenphasen, wo die Rendite im Minus lag. Dieses Beispiel zeigt aber, dass Investmentsparen bei vielen Kunden langfristig eine besonders lohnende Anlageform ist.

2. Kundenorientierung: Der zweite wichtige Eckpfeiler unseres Geschäftsmodells, meine Damen und Herren, ist Kundenorientierung. Umfassende Beratung und ganzheitliches, lebensbegleitendes Financial Planning sind ein bedeutender Wettbewerbsvorteil. Wir orientieren uns ausschließlich an den Wünschen und Bedürfnissen unserer Kunden. Gleichzeitig bieten wir Auswahlmöglichkeiten. Wir beraten neutral und objektiv. Unseren Kunden begegnen wir mit Kompetenz, Offenheit und Serviceorientierung. Wir helfen ihnen, sich nachhaltig gegen die Risiken des Lebens abzusichern und wirtschaftlich voranzukommen.

3. Beratungskompetenz: Die dritte Kernkonstante unseres Geschäftsmodells ist unsere Beratungskompetenz. Im „People’s Business“ Finanzdienstleistung arbeiten wir intensiv an der Sicherung und der Weiterentwicklung unserer marktführenden Beratungsqualität. Wir wollen Vorbild sein und Vorbild bleiben. Deshalb investieren wir fortgesetzt in die Qualifikation unserer Beraterinnen und Berater und in ihre optimale Unterstützung aus unseren Vertriebsunterstützungsbereichen heraus. Wir sehen uns daher als Vorreiter einer konsequenten Kundenorientierung in der europäischen Finanzdienstleistungsindustrie.

4. Unternehmertum: Unternehmertum bildet die vierte Säule unseres Geschäftsmodells. Leistungsorientierung und Leistungsbereitschaft sind Leitmotive unserer Unternehmenskultur. Wir setzen auf Menschen, die bewusst unser leistungsbezogenes Karriere- und Vergütungssystem für sich wählen, weil sie leistungsbereit und motiviert sind. Auf Menschen, die attraktive Verdienstmöglichkeiten und Karriereperspektiven zu schätzen wissen. Die daher bereit sind, Fleiß, Engagement und Serviceorientierung zu leben. Festbezüge ohne entsprechenden Leistungsnachweis gibt es bei AWD nicht. Daher suchen wir Menschen, die sich als Unternehmer im Unternehmen wohlfühlen und dieses Grundverständnis mit uns teilen. Wir nennen unseren Mitarbeitern vom ers-

ten Tag an die Chancen und Risiken und es wird ganz klar herausgestellt, dass ein Mitarbeiter, der 50% mehr arbeitet und mehr berät, dann auch mindestens 50% mehr verdient. Das lässt die Mitarbeiter kundenorientierter denken und arbeiten. Ihre Bereitschaft, den Kunden auch abends und am Wochenende zur Verfügung zu stehen, erhöht sich. Außerdem beinhaltet dies auch den Qualitätsgedanken, denn bei Stornierungen müssen die Berater ihre Provision zurückzahlen. Sie denken deshalb nicht wie ein beamtenähnlicher Angestellter mit Festgehalt „Was ich habe, das habe ich, egal was dann aus dem Kunden wird.“

Wir sind überzeugt, dass wir mit diesem Leistungsgedanken Qualität, Kompetenz und Einsatz fördern. Jedwede Art von Gleichmacherei würde hier nur schaden. Mitarbeiter, die sich fortbilden, die ihren Kunden Erfolg bringen und Zeit zur Verfügung stellen, müssen marktgerecht mit einem Spitzen-Gesamtvergütungspaket belohnt werden. Das bedeutet aber eben auch umgekehrt, dass weniger gute Leistungen auch weniger gut vergütet werden.

Die Fokussierung auf diese vier Kernelemente unseres Geschäftsmodells, ist die Basis des stetig wachsenden Vertrauens, das uns 1,7 Millionen Menschen in Europa entgegenbringen. Diese Stammkundenbasis, die nur die Anzahl von Kunden umfasst, die in den letzten 3 Jahren mindestens einen neuen Vertrag über AWD abgeschlossen haben, ist unser Riesenspotential für die Zukunft. Viele dieser Kunden werden Einkommenssteigerungen erzielen, Karrieren realisieren oder erben. Wir sind zu Recht stolz auf die größte Kundenbasis aller Finanzdienstleistungsfirmen in Europa.

Der Altersvorsorgemarkt 2006

Der Altersvorsorgemarkt 2006 und in den nächsten Jahren wird der attraktivste Teilmarkt der Finanzdienstleistung in Europa.

Die staatlich organisierten, umlagefinanzierten Rentenversicherungs-

systeme, meine Damen und Herren, stehen vor unlöslichen Finanzierungsproblemen. Diese Erkenntnis ist nicht neu. Bereits seit Anfang der 70er Jahre warnen Experten vor den unlöslichen Problemen, die der stetige Alterungstrend und die Stagnation der Geburtenraten in Europa langfristig verursachen. Aus Bequemlichkeit oder aus Furcht vor dem Votum der Wähler haben die europäischen Regierungen gleich welcher Couleur diese Warnungen regelmäßig in den Wind geschlagen. Doch die Fakten können kaum bedrohlicher sein:

Die deutsche Rentenversicherung ist nur noch funktionsfähig, weil aus dem Staatshaushalt jährlich rund 80 Mrd. Euro an Subventionen in das System fließen. Dies ist der mit weitem Abstand größte Ausgabenposten im Bundeshaushalt. Mit dem Nachhaltigkeitsfaktor wurde eine „Sicherung“ in die Rentenformel eingebaut, die reale Rentenkürzungen bewirkt. Dadurch soll der Rentenversicherungsbeitrag bei maximal 22% stabilisiert werden. Die Kehrseite der Medaille: Im Jahre 2030 erhält der Durchschnittsrentner nur noch eine Altersrente von 50% seines letzten Nettoeinkommens.

In Großbritannien wird gegenwärtig die Verlängerung der Lebensarbeitszeit auf 69 Jahre diskutiert. In Deutschland ist die Ausdehnung der Lebensarbeitszeit bis zum 67. Lebensjahr bereits beschlossene Sache.

Im Renten-Musterland Schweiz hat die Regierung im Januar 2006 angekündigt, dass die Renten aus der obligatorischen betrieblichen Altersvorsorge aufgrund des fortgesetzten Alterungstrends empfindlich gekürzt werden müssen.

Angesichts dieser Entwicklungen, meine Damen und Herren, ist es keine Schwarzmalerei, wenn wir unseren Kunden in den Beratungsgesprächen empfehlen, verstärkt privat oder betrieblich für ihr Alter vorzusorgen. Und wir wissen uns dabei in guter Gesellschaft. Erst am 16. Mai 2006 sagte Bundespräsident Horst Köhler [Zitat]: „Alle Altersgruppen, auch die jetzigen Rentner, sollten verste-

hen, dass der finanzielle Spielraum für die Altersversorgung enger wird. Ohne mehr eigene Vorsorge wird es künftig nicht gehen.“

In der Rentendramatik scheint die zweite Eskalationsstufe erreicht zu sein. Nachdem der Staat seit Kurzem die private Altersvorsorge stärker fördert, sagt er nun deutlich, dass Privatvorsorge nötig ist. Die Zeit der Rentenlügen ist vorbei. Die Aussagen reichen in Deutschland vom Aufruf zu mehr privater Vorsorge von Arbeitsminister Müntefering bis hin zur Warnung vor einem signifikanten Anstieg der Altersarmut durch die Opposition.

Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass wir in einem der wenigen nachhaltigen Wachstumsmärkte weltweit tätig sind. Die Nachfrage nach privater und betrieblicher Altersvorsorge wird in den kommenden Jahren dramatisch anwachsen.

Bisher war die Bedrohung nicht unmittelbar greifbar. Sie hatte deswegen vor allem die risikoscheuen und vorausschauenden Menschen zu privater Vorsorge veranlasst. Jetzt, da eine längere Lebensarbeitszeit ins Haus steht, reale Rentenkürzungen den Lebensstandard von Verwandten und Bekannten einschränken, darf ein nachhaltiger Umschwung im Bewusstsein auch der jüngeren Menschen nicht mehr ausbleiben. Von diesem immensen Marktpotential wollen und werden wir als europäischer Marktführer der unabhängigen Finanzdienstleister mit Schwerpunkt der privaten Altersvorsorge in besonderem Maße profitieren.

Ausblick

Sie erwarten sicher auch mit Spannung den aktuellen Ausblick.

So weit wir dies zum gegenwärtigen Zeitpunkt überblicken können, meine sehr verehrten Damen und Herren, verzeichnen wir einen erfreulichen, positiven Trend. Das vierte Quartal 2005 war deutlich besser als das dritte Quartal 2005. Die schöne Tendenz setzt sich fort, indem das erste Quartal 2006 im Vergleich zum ersten Quartal 2005 deutlich besser

war. Die ersten Wochen des zweiten Quartals in diesem Jahr sind gut angelaufen. Aus heutiger Sicht erwarten wir daher eine höhere Umsatzsteigerung als im ersten Quartal. Konkret sind wir zuversichtlich, dass wir über dem organischen Anstieg von 9,4% zwischen Q1 2005 und Q1 2006 liegen werden. Damit würden wir dann umsatzmäßig das erfolgreichste erste Halbjahr des Konzerns in der gesamten 18jährigen Historie erreichen.

Auch für das Gesamtjahr 2006 erwarten wir ein klares Umsatzwachstum sowie eine sich von Quartal zu Quartal beschleunigende Profitabilitätsentwicklung und somit eine überproportionale Ergebnissteigerung. Die Anzeichen mehren sich und geben uns die Zuversicht, dass wir schon in naher Zukunft wieder an den operativen Erfolg der letzten Jahre anknüpfen und zwar so, wie wir seit dem Börsengang in jedem Quartal gewachsen sind. An unseren mittelfristigen Zielen für 2008 halten wir fest. Wir wollen in 3 Jahren bei 8.000 Beratern, 2 Mio. Stammkunden und einer EBIT-Marge von 13,5% liegen.

Unser Ziel ist und bleibt das profitable Wachstum in allen unseren Märkten. Wir bieten unseren Kunden die Auswahl aus dem umfassendsten Produkt- und Anbieterportfolio Europas. Unser erfolgreiches Geschäftsmodell ermöglicht uns eine klare Positionierung und Differenzierung im Wettbewerb. Und unsere Beratungsqualität setzt europaweit den Marktstandard. Diese guten Voraussetzungen und die günstigen Rahmenbedingungen, die uns der europäische Altersvorsorgemarkt bietet, wollen wir im weiteren Verlauf des Geschäftsjahres 2006 zur dauerhaften Rückkehr auf unseren profitablen Wachstumspfad nutzen.

Gestatten Sie mir, meine sehr verehrten Damen und Herren, ein abschließendes Wort zur Dividende. Unser erfolgreiches Geschäftsmodell sorgt nachhaltig für hohe freie Cashflows. Wie diese zu verwenden sind, darüber sind sich Aufsichtsrat und Vorstand der AWD Gruppe einig: Die Liquidität, die das Unternehmen

nicht für sein profitables Wachstum benötigt, soll denjenigen zufließen, die darauf ein Anrecht haben: Ihnen, verehrte Aktionärinnen und Aktionäre. Wir hoffen auf Ihre Zustimmung bezüglich des Dividendenvorschlages. Mit einem Euro je Aktie würde dies eine Dividendenrendite von rund 3,6% ausmachen. Damit liegen wir deutlich über der Dividendenrendite der meisten DAX- und MDAX-Konzerne in Deutschland.

Bitte verstehen Sie dies auch als Beleg unserer Zuversicht in die weitere Geschäftsentwicklung von AWD.

Dieser Dividendenvorschlag entspricht der Ausschüttungspolitik, der wir uns seit unserem Börsengang verpflichtet fühlen. Hohe Ausschüttungsquoten, eine weit überdurchschnittliche Eigenkapitalrendite und attraktive Dividenden sollen auch in Zukunft Ihr Bild von der AWD Gruppe prägen.

Seien Sie versichert, dass ich mich als Gründer, Vorstandsvorsitzender und Großaktionär weiterhin nachhaltig und mit meiner ganzen Kraft verpflichtet fühle, gemeinsam mit den Vorstandskollegen, den Geschäftsführern, unseren Führungskräften und Mitarbeitern, auch in den kommenden Jahren unsere Erfolgsgeschichte fortzuschreiben.

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

