

---

---

## **AWD – Das erfolgreichste Geschäftsjahr in der 20-jährigen Unternehmensgeschichte**

### **Carsten Maschmeyer**

Vorstandsvorsitzender  
der AWD Holding AG  
in der Hauptversammlung am 4. Juni 2008



---

---

Meine Damen und Herren,  
sehr verehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

sehr geehrte Aktionärsvertreter,  
liebe Freunde unseres Hauses,

zur achten ordentlichen Hauptversammlung der AWD Holding AG begrüße ich Sie sehr herzlich.

Es ist uns eine große Freude, Sie am heutigen Tag in unserer AWDhall willkommen zu heißen.

Ganz herzlich begrüße ich die Mitglieder des Aufsichtsrates. Sie haben mit ihrer ausgezeichneten Arbeit die hervorragende Entwicklung der AWD Gruppe maßgeblich mitgestaltet. Mein besonderer Gruß geht zudem an die Kandidaten für den zukünftigen Aufsichtsrat der AWD Gruppe. Vielen Dank für Ihre Bereitschaft, die Zukunft unseres Unternehmens mit Ihrer Kraft und Kompetenz zu begleiten.

Besonders möchte ich auch die Vertreter der Medien willkommen heißen.

Wie Sie sehen, war das vergangene Jahr für die Finanzbranche „nicht ohne Herausforderungen“.

Insofern sind wir froh, betonen zu können, dass wir weder Kreditrisiken in den Büchern, noch Subprime-Anlagen wertberichtigen müssen und auch keine Beteiligungen an Firmen außerhalb der Branche halten. Somit müssen wir jetzt auch keine Sonderabschreibungen vornehmen.

---

---

### **Das vergangene Jahr war für die Finanzbranche „nicht ohne Herausforderungen“.**

---

---

Denn als unabhängiger Finanzoptimierer konzentrieren wir uns ausschließlich auf die Beratung unserer Kunden und Vermittlung von Produkten für Third-Party-Hersteller.

Auch in einem schlechten Markt ist gute Beratung gefordert. Auch in einem schlechten Markt kann sie erfolgreich sein. Wir konnten unter diesen Bedingungen das mit Abstand erfolgreichste Geschäftsjahr in unserer

20-jährigen Unternehmensgeschichte erzielen.

Zum besseren Verständnis möchte ich vor der Erläuterung unseres Geschäftsverlaufs kurz die Marktsituation darstellen und in ihrer Relevanz für AWD einordnen.

Die Folgen der internationalen Immobilien- und Kreditkrise prägten im vergangenen Jahr das Branchenumfeld für die Finanzindustrie und bestimmten auch den Jahresauftakt. Experten sprechen von der größten Finanzkrise seit der Weltwirtschaftskrise von 1929.

Ganz besonders betroffen waren und sind hiervon die internationalen Geschäftsbanken und Finanzkonzerne, die zum Teil sehr hohe Verluste durch ungekannnt große Abschreibungen vermelden mussten.

Die Auswirkungen dieser Entwicklung sind im Markt weiterhin stark zu spüren und machen sich beispielsweise in steigenden Hypothekenfinanzierungskosten und restriktiver Kreditvergabe (etwa in Großbritannien) bemerkbar.

Das gesunkene Vertrauen der Privatkunden durch die Auswirkungen

der Immobilien- und Kreditkrise zeigt sich unter anderem in der deutlichen Zurückhaltung gegenüber langfristigen, insbesondere immobilienbasierten Anlagen speziell in Österreich.

Wir beobachten derzeit also ein durch Verunsicherungen verändertes Anlageverhalten.

---

### Wir beobachten derzeit also ein durch Verunsicherungen verändertes Anlageverhalten.

---

Zusätzlich haben die regulatorischen Eingriffe in einem nicht gekannten Ausmaße Einfluss genommen – vor allem auf die deutsche Finanzbranche.

So trat am 22. Mai 2007 – verspätet und nach langen, kontroversen öffentlichen Diskussionen – die EU-Versicherungsvermittlerrichtlinie in Kraft. Im November erfolgte die Umsetzung der europäischen Finanzmarktrichtlinie in deutsches Recht und zum Jahresende verabschiedete die Bundesregierung das neugefasste Versicherungsvertragsgesetz mit weit reichenden Änderungen für die Versicherten aber insbesondere für die Versicherungsgesellschaften.

Die Auswirkungen zeigen sich bereits deutlich in der deutschen Lebensversicherungsbranche. Vielfach wird von stagnierendem Neugeschäft im Jahr 2007 gesprochen. Und nach Meinung von Branchenkennern war das Neugeschäft der Lebensversicherungsbranche in den ersten Monaten des laufenden Jahres sogar stark rückläufig.

AWD begrüßt jede Maßnahme der Politik, die Transparenz für den Kunden zu erhöhen und die Qualität der Beratung nachhaltig zu sichern. Dennoch bedeutet es selbstverständlich zunächst einen Mehraufwand, die neuen Regularien und Formvorschriften softwaretechnisch abzubilden und bei den Beratern zu schulen. Insofern hatten wir im Jahr 2007 neben der Kundenberatung durch Entscheidungen der Politik einige zusätzliche Hausaufgaben zu erledigen.

In diesem herausfordernden Branchenumfeld können wir über den Vertriebserfolg des vergangenen Geschäftsjahres besonders stolz sein. Dieser dokumentiert sich in den folgenden zentralen Erfolgskennziffern, die allesamt historische Top-Marken setzen:

1. einer Höchstzahl an Beratern,
2. einem Spitzenwert an beratenen Kunden,
3. einem Rekordumsatz.

Im Jahr 2006 haben wir unsere Beratermannschaft um 333 neue Kollegen ausgebaut. Dieses Wachstum konnten wir im abgelaufenen Jahr mit weiteren 399 zusätzlichen Mitarbeitern beschleunigt steigern. Damit vermelden wir mit insgesamt 6.439 tätigen AWD Beratern und Führungskräften zum Jahresende 2007 eine neue historische Höchstzahl.

Insgesamt haben im letzten Jahr 487.600 Kunden – knapp eine halbe Million Menschen, so viele wie noch nie in einem Geschäftsjahr – bei uns erstmalig bzw. erneut Verträge abgeschlossen. Das sind 5,0 Prozent mehr Kunden als im Vorjahr.

---

### Unsere Konzernumsatzerlöse haben einen neuen Rekord von 762,4 Mio. Euro erreicht.

---

Die ausgewogene Mischung von 45 Prozent Neukunden und 55 Prozent beratenen Stammkunden zeigt, dass wir nicht nur in der Akquisition neuer Kunden erfolgreich sind, sondern uns gleichzeitig unsere Bestandskunden bei der weiteren Betreuung vertrauen. Aufgrund unserer Stärke in beiden Bereichen nutzen wir die Wachstumschancen des Altersvorsorgemarktes und erschließen zugleich das hohe Cross-Selling-Potenzial unseres stetig wachsenden Privatkundenbestandes.

Unsere Konzernumsatzerlöse haben einen neuen Rekord von 762,4 Mio. Euro erreicht. Dies entspricht einer Steigerung um 34,4 Mio. Euro oder

4,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Selbstverständlich hatten wir zu Beginn des Jahres 2007 unter normalen Finanzmarkt-Rahmenbedingungen noch ein höheres Umsatzwachstum geplant. Damals waren wir von 10 Prozent ausgegangen. Aber in dieser Ausnahmesituation sind wir mit unserem organischen Wachstum von fast 5 Prozent zufrieden und haben besser abgeschnitten als viele andere.

---

### Der Erfolg von AWD steht auf zwei Beinen: Unserem bewährten Geschäftsmodell und den Menschen, die es umsetzen.

---

Um einen Vergleich zu ermöglichen: Diese Umsatzerlöse würden beispielsweise bei Fondsgesellschaften, Banken und Versicherungsunternehmen in den Bereichen Fondsanlage, Hypothekenfinanzierung und Versicherungsvermittlung einem Vermittlungs- bzw. Beitragsvolumen von ca. 15 Mrd. Euro entsprechen.

Der Erfolg von AWD steht auf zwei Beinen: Unserem bewährten Geschäftsmodell – dazu komme ich gleich – und den Menschen, die es umsetzen.

Dies sind zum einen unsere Finanzberaterinnen und Finanzberater, die vertrauensvoll den Status quo des Kunden analysieren, eine langfristige Finanzplanung erstellen, Best-Select-Empfehlungen aussprechen und enge Kundenverbindungen pflegen.

Zum anderen sind es unsere Servicemitarbeiter, die mit ihrer Expertise die breiteste Produktauswahl und den besten Service zum Vorteil unserer Kunden kreiert haben und fortlaufend unsere hohe Qualität sichern.

Allen möchte ich an dieser Stelle auch im Namen des Vorstands, des Aufsichtsrats und sicher auch in ihrem Namen, meine Damen und Herren Aktionäre, einen ganz besonderen Dank für Ihren unentwegten Einsatz und die gute Leistung im abgelaufenen Jahr 2007 aussprechen.

Neben unseren bereits angesprochenen hoch motivierten und bestens ausgebildeten Mitarbeitern ist unser Geschäftsmodell aus unabhängiger Beratung und Best-Select-Produktauswahl die zweite Grundlage für unsere Erfolgsgeschichte.

Wie ein Arzt mit seinem Patienten durchlaufen wir bei der Betreuung unserer Mandanten mehrere Phasen. Der Arzt spricht mit dem Patienten, analysiert seinen Gesundheitszustand, schlägt die angemessene Behandlung vor und leitet die notwendige Maßnahme ein. Und ein guter Arzt wird sich auch im Anschluss an die Behandlung regelmäßig um den Gesundheitszustand seiner Patienten kümmern.

Bei AWD stehen von Anfang an die persönlichen Wünsche und Ziele der Mandanten im Mittelpunkt. Dafür wird zunächst in einer ausführlichen Datenerhebung der finanzielle Status Quo festgestellt. Diese Informationen werden mit unserer Beratungssoftware ausgewertet und in eine individuelle Finanz- und Vorsorgeplanung überführt. Sie entscheidet, ob etwa das Konzept Vermögensaufbau und/oder Altersvorsorge am nötigsten und welche verschiedenen Durchführungswege am lohnendsten sind. Der Berater unterstützt den Kunden mit Hilfe der Auswertung bei der Auswahl der individuell am besten passenden Produkte.

---

### **Bei AWD stehen von Anfang an die persönlichen Wünsche und Ziele der Mandanten im Mittelpunkt.**

---

Anschließend erfolgt eine umfassende Dokumentation der Beratungsgespräche sowie der Produktvorschläge. Die weitere lebensbegleitende Betreuung durch unsere Berater gibt dem Kunden die Sicherheit, langfristig bestens beraten und betreut zu werden.

Diese unabhängige und ganzheitliche Beratung auch für Durchschnittsbürger und Normalverdiener einzu-

führen, war vor 20 Jahren die Erfindung von AWD. Vorher gab es eine solche Produktauswahl und Best-Select-Beratung nur für Großverdiener bzw. die damaligen DM-Millionäre.

---

### **Unsere Kunden erzielen über fünf Jahre betrachtet einen Vorteil von ca. 5.000 Euro.**

---

Denn durch die breiteste Palette von Anbietern und die Best-Select-Auswahl der Produkte können wir unseren Mandanten niedrigere Beiträge bzw. höhere Renditen und mehr Förderung bieten. Dadurch erzielen unsere Kunden über fünf Jahre betrachtet im Durchschnitt einen Vorteil von ca. 5.000 Euro. In der Summe sind das für unsere über 2 Mio. Stammkunden inzwischen gut 10 Mrd. Euro Vorteile. Hinzu kommen die enorm verringerten Risiken und geschlossenen Versorgungslücken. Damit ist zusätzlich als Beratungsservice sichergestellt, dass die Einkommenssicherung auch fortläuft bei Krankheit, Berufsunfähigkeit, für Hinterbliebene oder bei einer wünschenswerten, aber finanziell sehr herausfordernden Langlebigkeit.

Die Schaffung finanzieller Vorteile durch niedrigere Beiträge und höhere Renditen ist gerade in Zeiten steigender Inflation (von derzeit über 3,6 Prozent in der Eurozone und damit der höchsten seit 16 Jahren) und eines sich abzeichnenden wirtschaftlichen Abschwungs das zentrale Thema für unsere Kunden. Viele Menschen beklagen sich darüber, dass nach Abzug von Einkommensteuer, Sozialabgaben, aber eben auch der steigenden Kosten beispielsweise für Mieten und Lebensmittel sowie für Strom und Benzin mit all ihren indirekten Steuern immer weniger im Geldbeutel bleibt. Zusätzlich wird das zur Verfügung stehende Nettoeinkommen durch die quasi zur Pflicht gewordenen geförderten Rentenversicherungen weiter verringert. Es wird zwar behauptet, es gebe keine Pflicht-Privatrente. Aber es gibt gewissermaßen

eine Bestrafung, wenn sie nicht abgeschlossen wird. Denn die Kürzung der Gesetzlichen Altersvorsorge schafft ja eine künstliche Lücke, die durch dieses geförderte bzw. steuerlich begünstigte Modell gefüllt werden soll.

Altersvorsorge und Absicherung werden auch in den nächsten Jahren das Wachstum der Finanzbranche bestimmen, weil es um die Lösung eines der zentralen Probleme vieler Industrieländer geht: Die Alterung der Gesellschaft.

Durch die steigende Lebenserwartung und die Verringerung der Geburtenrate wird sich die Altersstruktur dramatisch verändern.

Wenn man die Veränderungen in Mengengerüste überführt, erkennt man, dass 1950 ca. 35 Prozent der Bevölkerung Kinder, ca. 48 Prozent im erwerbsfähigen Alter und 17 Prozent Senioren waren. Bis zum Jahr 2050 wird sich dies dramatisch verschieben. Zu diesem Zeitpunkt besteht unsere Gesellschaft aus ca. 25 Prozent Kindern, knapp 25 Prozent Erwerbstätigen und über 50 Prozent Senioren.

---

### **Wir müssen die Menschen aufklären, sonst ist das nahezu unterlassene Hilfeleistung.**

---

Das Fazit dieser Entwicklung: Das Rentensystem ist kaputt und Senioren werden bald die größte Bevölkerungsgruppe. Wir müssen die Menschen aufklären, sonst ist das nahezu unterlassene Hilfeleistung. Es gibt nur noch eine Lösung: früher und mehr sparen. Wir haben die ersten Streiks von Senioren und laut OECD werden bereits in zehn Jahren zehn Prozent der Deutschen von der Altersarmut betroffen sein.

Mit einem Anteil von 78 Prozent des Neugeschäfts im Produktsegment Altersabsicherungs- und Vorsorgeprodukte haben wir den richtigen Schwerpunkt gelegt und können einen Teil

dazu beitragen, dieses gesellschafts-politische Problem zu verkleinern.

Insgesamt bleibt festzuhalten: AWD schafft durch die Beratung mehr Netto für die Mandanten. Wir helfen somit, den zentralen Wunsch der Verbraucher zu erfüllen, netto mehr Geld zur Verfügung zu haben.

---

## AWD schafft durch die Beratung mehr Netto für die Mandanten.

---

Unsere erfolgreiche Kundenbeziehung, den Ausbau des Mandantenstammes sowie ein nachhaltiges Beraterwachstum sehen wir auch in unserer starken Marke begründet.

Anders als bei einem Produkt, das sicht- und greifbar ist, muss eine Dienstleistung positiv erlebbar gemacht werden. Die AWD Markenkommunikation positioniert und hebt unsere unabhängige Finanzoptimierung als einzigartige Dienstleistung in einem intensiven Wettbewerbsumfeld hervor.

Ideal ist, wenn in der Werbung der Vorteil, die Begründung dafür und der Beweis geliefert werden. Diese weltweit geltende Logik des „Benefit“, „Reason why“ und „Proof“ stellen wir aus Sicht von Marktforschungsexperten sehr gelungen im aktuellen AWD-Spot dar. Diesen Spot werden wir gleich noch sehen.

Den darin genannten Slogan – Mehr Netto – nutzen wir seit diesem Jahr auch aktiv in unserem Marketingauftritt. Dass inzwischen auch politische Parteien dieses Motto für Ihre Programme bzw. als politisches Ziel verwenden, zeigt eindeutig, wie gut wir mit unserer Netto-Kampagne und unserem Finanzoptimierungsansatz den Bedarf der Zeit treffen.

Abgestimmt auf den Zielmarkt der AWD Gruppe sowie das angestrebte Markenimage engagiert sich AWD zur Steigerung seiner Bekanntheit außerdem durch integrierte Kommunikation mit Sponsoringaktivitäten im Bereich des Sports. So sind wir unter anderem offizieller Finanzoptimierer

der deutschen Olympiamannschaft, Namens-Geber der AWD-Arena hier in Hannover und Champion-Werbe-partner von Borussia Dortmund.

Zudem richten wir unser Marketing lokal aus und berücksichtigen die regionalen Besonderheiten in unseren Kernmärkten. Dies spricht für die Verbundenheit und Zusammengehörigkeit zwischen Mensch und Unternehmen und stärkt damit die Kundenbindung nachhaltig. Denn die Nähe zu den Menschen ist ein Kerngedanke des AWD-Geschäftskonzepts.

Zugleich begünstigt die weitere Erhöhung des Bekanntheitsgrades das Wachstum der Gruppe:

Beraterinnen und Berater profitieren bei der Neukundenakquisition vom hohen Wiedererkennungswert der Marke. Bestehende Kunden bindet dies an AWD und erleichtert unseren Beraterinnen und Beratern Folgegeschäfte.

Und: Die Bekanntheit des Unternehmens unterstützt auch die Gewinnung neuer Mitarbeiter. Denn über eine Bewerbung und erfolgreiche Arbeit bei einem bekannten und beliebten Unternehmen erzählt man seinen Verwandten, Arbeitskollegen oder Nachbarn gerne.

Untersuchungen des unabhängigen Marktforschungsinstitut ICON aus Nürnberg ergeben, dass heute bereits 41 Prozent aller Deutschen die AWD Gruppe kennen – eine Steigerung von 27 Prozentpunkten im Vergleich zum November 1998.

---

## Gerade in der Finanzberatung ist Vertrauen ein essenzieller Erfolgsfaktor.

---

Gerade in der Finanzberatung ist Vertrauen ein essenzieller Erfolgsfaktor. Vertrauen entsteht einerseits aus guten Zahlen und Nachrichten und andererseits einem positiven Unternehmensimage.

Das in uns gesetzte Vertrauen der Mandanten – und das der Beraterinnen und Berater – wollen wir nutzen, um weiter zu wachsen: Wir möchten beim Mandanten mehr und höhere

langfristige Verträge platzieren, mehr Mitarbeiter akquirieren und in mehr Ländern tätig sein.

Deshalb ist ein weiterer Baustein unseres Wachstumskonzeptes die Erschließung neuer Wachstumsregionen und die weitere Internationalisierung.

---

## Das Geschäftsmodell der AWD Gruppe ist in ihren Kernmärkten erfolgreich.

---

Das Geschäftsmodell der AWD Gruppe ist in ihren Kernmärkten erfolgreich. Genauso bedeutsam aber ist: Das AWD Geschäftsmodell ist übertragbar – auf jeden Markt, dessen Profil die passenden Charakteristika zeigt. In besonderem Maße trifft dies auf die Region Zentral- und Osteuropa zu. Gleich in drei Dimensionen, nämlich dem Bedarf, dem Leistungsvermögen und der schieren Größe des Marktes, ist diese Region viel versprechend:

1. Es besteht hoher Bedarf, da die Defizite hinsichtlich der Altersvorsorge gravierend sind. Teilweise gab es praktisch keine funktionierende kapitalgedeckte Altersvorsorge.
2. Die positive wirtschaftliche Entwicklung der Region schafft eine breite Mittelschicht, die in der Lage ist, sich die entsprechende Vorsorge zu leisten. Wenn z. B. heute ein Mitarbeiter eines internationalen Unternehmens in Ungarn 300 Euro im Monat verdient und in Deutschland 3.000 Euro, dann wird es nur eine Entwicklung geben: Die Einkommen der Menschen in Osteuropa werden steigen. Damit wird sich der Absicherungs- und Vorsorgebedarf entsprechend erhöhen.
3. Das Potenzial ist enorm: Mit über 100 Mio. Menschen übertrifft Zentral- und Osteuropa bei weitem die Einwohnerzahl von Deutschland.

Die AWD Gruppe hat schon früh die Zukunftschancen Zentral- und Osteuropas erkannt und damit begonnen, sie zu erschließen. Basierend auf

den Stärken der unabhängigen Finanzoptimierung wird sie diese Region langfristig zu einem Kernmarkt entwickeln. Die Erfolgchancen in weiteren Wachstumsregionen Zentral- und Osteuropas prüfen wir derzeit intensiv.

Somit wird eine weitere Wachstumskomponente unsere regionale Expansion „Going East“ sein. Wir werden den Ausbau der bereits vorhandenen CEE-Gesellschaften (wie Tschechien, Kroatien, Polen, Ungarn etc.) vorantreiben und möchten in weiteren Anrainerstaaten wie beispielsweise Slowenien aktiv werden.

Zudem prüfen wir unsere Erfolgsaussichten für unabhängige Finanzberatung bei einem möglichen Eintritt in einen ganz großen Zukunftsmarkt nämlich einer der aufstrebenden Wirtschaftsnationen der BRIC-Staaten (Brasilien, Russland, Indien und China).

Hierbei ist unsere Wahl auf Russland gefallen, das uns geographisch und kulturell von den vier BRIC-Staaten am nächsten ist und ein enormes Mandanten- und Umsatzpotenzial besitzt.

---

## Die AWD Gruppe hat schon früh die Zukunftschancen Zentral- und Osteuropas erkannt.

---

Bereits eine Präsenz in Moskau könnte für uns in nur wenigen Jahren ein gewaltiges zusätzliches Umsatzwachstum bedeuten. Die ersten wichtigen Kontakte nach Russland haben wir bereits geknüpft. In den nächsten Monaten werden wir sorgfältig prüfen, ob und wie ein möglicher Markteintritt stattfinden könnte (etwa über den Banken- oder den Versicherungssektor) und welche rechtlichen und organisatorischen Rahmenbedingungen (z. B. bei der Gestaltung der Beteiligungs- und Eigentumsverhältnisse) zu erfüllen sind.

Die entscheidende strategische Weichenstellung für die Ausrichtung der AWD Gruppe auf nachhaltigen

Erfolg in den nächsten Jahren war 2007 die strategische Partnerschaft mit der Swiss Life.

---

## Die entscheidende strategische Weichenstellung war 2007 die strategische Partnerschaft mit der Swiss Life.

---

„Echte unabhängige Finanzberatung verbietet eine einflussreiche maßgebliche Beteiligung von Produktherstellern, bedingt eine große und umfassende Hersteller- und Produktpalette und verträgt die Herstellung, das Packagen und Labeln von eigenen Produkten nicht.“ Dieser Satz wird dem einen oder anderen von Ihnen vielleicht noch in Erinnerung sein. Ich habe ihn vor exakt vier Jahren auf der Hauptversammlung 2004 gesagt. Und er gilt nach wie vor. Mit 86 Prozent hat die Swiss Life als Produkthersteller eine maßgebliche Beteiligung an AWD erworben. Für die Unabhängigkeit der Beratung aber ist die Unabhängigkeit in der Auswahl und dem Angebot an Produkten entscheidend. Hier sind AWD und Swiss Life der völlig deckungsgleichen Ansicht, dass das zentrale Alleinstellungsmerkmal von AWD operativ vollständig unangetastet bleibt und bleiben wird. Das müssen Sie nicht unbedingt mir glauben, der Präsident der Swiss Life hat gegenüber der Neuen Zürcher Zeitung (NZZ) betont, ich zitiere: „Der AWD darf sein Konzept der unabhängigen Beratung mit einer offenen Produktarchitektur auf keinen Fall verlieren, sonst wäre er nichts mehr wert.“ Und Dr. Rolf Dörig, Delegierter des Verwaltungsrats, unterstreicht in einem Interview: „Die AWD-Kunden bekommen weiterhin eine ganze Produktpalette präsentiert. Der AWD-Berater ist frei, welches Produkt er dem Kunden verkauft. Letztlich entscheidet der Kunde.“

Und weil dieser Punkt so relevant ist, möchte ich Ihnen kurz die Art der künftigen Zusammenarbeit mit den

Vorteilen für beide Seiten verdeutlichen.

Das erklärte Ziel von Swiss Life ist es, im Segment Altersvorsorge die Spitzenposition einzunehmen. Um dies zu erreichen, sind zuverlässige und repräsentative Aussagen zu den Kundenwünschen unerlässlich. Als größter unabhängiger Finanzoptimierer Europas haben wir genau diese Informationen und können Swiss Life dadurch helfen, die eigenen Produkte bestmöglich auf die Kundenwünsche abzustimmen.

AWD auf der anderen Seite profitiert nicht nur durch Synergien von Einkäufen über IT-Strukturen bis hin zur Logistik. Viel wichtiger ist die Möglichkeit, als der zentrale Ansprechpartner der Kunden die Produktwünsche so zu artikulieren, dass die Swiss Life als starker Anbieter die Produkte entwickeln kann, die unter objektiven Beratungskriterien dem Kundenwunsch bestmöglich entsprechen.

Denn, und das ist die dritte gewinnende Partei dieser Beteiligung: Im Ergebnis profitieren die Kunden von einer unverändert unabhängigen Beratung und laufend verbesserten Produkten. Unser starkes Prinzip der Best-Select-Auswahl bleibt unangetastet. Die Auswahl an herausragenden Produkten wird jedoch erweitert.

---

## Im Ergebnis profitieren die Kunden von einer unverändert unabhängigen Beratung und laufend verbesserten Produkten.

---

Im öffentlichen Angebot der Swiss Life ist festgeschrieben, ich zitiere, „dass in der AWD Gruppe das Konzept der offenen Vertriebsplattform bestehen bleibt. Es sollen wirksame Mechanismen implementiert werden, die sicherstellen, dass das Konzept der offenen Vertriebsplattform nicht zum Nachteil der AWD Gruppe angetastet wird.“ Zudem ist fixiert, dass „Die Unabhängigkeit der Beratung sowie die Marke AWD und der

Marktauftritt „AWD – Ihr unabhängiger Finanzoptimierer“ erhalten bleibt.

Die Zusammenarbeit mit unserem neuen Großaktionär Swiss Life ist sehr gut gestartet. Kunden und Mitarbeiter begrüßen die Assoziationen Swiss mit Neutralität und Finanzstärke sowie Life mit Lebensabsicherung. Es besteht bestes Miteinander und Gleichklang in der strategischen Ausrichtung.

---

### Die jeweiligen Ziele von Swiss Life und AWD passen in der Kombination hervorragend zusammen.

---

Die jeweiligen Ziele, dass Swiss Life die führende Spezialistin in der Vorsorge werden möchte und AWD die weltweite Nummer 1 für unabhängige Beratung, passen in der Kombination also hervorragend zusammen.

Sehr geehrte Damen und Herren, die derzeitige Marktsituation ist wie erwähnt durch die Finanz- und Immobilienkrise geprägt.

In Asien gibt es für Krise und Chance dasselbe Wort. Wir haben im Deutschen offensichtlich unterschiedliche Worte, AWD teilt aber diese chinesische, zukunftsorientierte Sichtweise. Die derzeitigen großen Turbulenzen der Finanzmärkte wollen wir nutzen. Deshalb wird der strategische Schwerpunkt von AWD in diesem Jahr der Ausbau der Beratungskapazität sein. Hierbei hilft uns die momentane Marktsituation, denn wir stellen einen deutlich gestiegenen Bedarf der Kunden an verlässlicher, qualitätvoller und nachhaltiger Beratung fest.

Gleichzeitig steigen die regulatorischen Herausforderungen in der Beratung, so dass sich unser Ansatz, neue wie langjährige Mitarbeiter ständig fortzubilden und mit bester Technik und Logistik zu unterstützen, als der einzig richtige erweist.

Bei der Mitarbeitergewinnung wollen wir künftig verstärkt Branchenprofis ansprechen. Durch die von uns

aktiv genutzte Konsolidierung der Finanzdienstleistungsbranche können wir zusätzliches Beraterwachstum generieren. Denn die hohe und weiter zunehmende Regulierungsdichte stellt viele kleinere und mittlere Vertriebsgesellschaften vor große Herausforderungen. Diese „Mittelständler“ werden die Anforderungen z. B. an Ausbildung, Daten-Investitionen, Dokumentation etc. nur schwer erfüllen können. Wir glauben, dass diese Organisationen entweder aufgeben, sich einem Haftungsdach anschließen oder – und das wollen wir erreichen – uns als idealen Partner erkennen und wählen.

Nach der Einführung der Versicherungsvermittlerrichtlinie im Mai 2007 muss jeder ungebundene Berater eine entsprechende IHK-Qualifikation nachweisen. Dies ist beraterseitig noch nicht flächendeckend umgesetzt, so dass einem großen Teil der freien Berater diese Qualifikation noch fehlt. Wegen der zum 31.12.2008 ablaufenden Übergangsfrist für die Qualifizierung ist also mit der Konsolidierung verstärkt im zweiten Halbjahr zu rechnen.

Zudem wollen wir durch mehrere Akquisitionen die Beraterzahl und den Umsatz nachhaltig ausbauen.

---

### Wir wollen durch mehrere Akquisitionen die Beraterzahl und den Umsatz nachhaltig ausbauen.

---

AWD will nicht nur für die breiteste und beste Produktpalette stehen, sondern auch für die höchsten und attraktivsten Beratungseinkommen. Wir möchten als Marktführer die erste Adresse für leistungsorientierte, qualitätsbewusste und fortbildungsbereite Finanzberaterinnen und Finanzberater sein.

Mehr Netto soll nicht nur für unsere Kunden, sondern auch für unsere Berater und Führungskräfte gelten.

So haben wir in den letzten Jahren diverse Vergütungskomponenten deutlich erhöht. Darüber hinaus werden wir zukünftig Branchenanfängern während ihrer intensiven Ausbildungszeit lukrative Starthilfen bieten. Außerdem werden wir qualifizierten Finanzprofis anderer Häuser Top-Anreize für einen Wechsel zu AWD geben.

---

### Unabhängige Finanzberatung wird auch in Zukunft der Schlüssel zum Erfolg sein.

---

Sie sehen, wir haben viel vor. Gemeinsam mit Swiss Life sind wir der Überzeugung, dass unabhängige Finanzberatung auch in Zukunft der Schlüssel zum Erfolg sein wird.

Einen ersten Schritt dazu haben wir bereits getan. Anfang Mai dieses Jahres hat sich AWD an dem zehntgrößten Finanzvertrieb Deutschlands, der Deutschen Proventus AG, beteiligt. Die 1994 gegründete Proventus mit Hauptsitz in Bremen verfügt insgesamt über 540 ausgebildete Berater und aktive Vermittler in 78 Büros. Die Deutsche Proventus AG hat ihren Schwerpunkt in den neuen Bundesländern. Der Kundenstamm umfasst 250.000 Mandanten mit rund 700.000 historischen Verträgen. Proventus ist spezialisiert auf Altersabsicherung und Vorsorgeberatung (ca. 78 Prozent der Umsätze entfallen – genauso wie bei AWD – auf dieses Beratungssegment). Der Vorstandsvorsitzende der Deutschen Proventus AG, Martin Thomas, wird mindestens die kommenden fünf Jahre gemeinsam mit seinen Kollegen Torsten Apitz und Jörg Schlabach die Gesellschaft weiterführen.

Damit verfügt die AWD Gruppe über mehr als 6.700 Berater und aktive Vermittler, darunter allein in Deutschland über rund 4.500. Zusammen mit unserer umfassenden Rekrutierungsinitiative werden wir durch

gezielte Zukäufe die Anzahl der Vermittler und damit unsere Vertriebskraft nachhaltig weiter ausbauen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass sich die AWD Gruppe trotz internationaler Finanzmarktkrise in einer guten Verfassung präsentiert und sich in einem anspruchsvollen Umfeld exzellent darstellt.

Mehr Netto soll aber nicht nur für die Kunden und unsere Berater gelten, sondern, meine sehr geehrten Damen und Herren, auch für Sie. Auf

Basis der guten Geschäftsentwicklung im abgelaufenen Geschäftsjahr schlagen Ihnen Aufsichtsrat und Vorstand der AWD Holding AG am heutigen Tage die Ausschüttung einer Rekorddividende von 1,50 Euro je Aktie vor.

Die Ausschüttungssumme würde sich, sofern Sie diesem Antrag zustimmen, auf 57,95 Mio. Euro belaufen. Dies wäre die höchste Gewinnbeteiligung, die wir in unserer 20-jährigen Unternehmensgeschichte ausgeschüttet haben. Also auch für Sie unter dem Strich mehr Netto.

Meine sehr verehrten Damen und Herren, für Ihr Vertrauen im abgelaufenen Geschäftsjahr danke ich Ihnen von Herzen. Seien Sie versichert, dass Ihr Vorstand, gemeinsam mit dem Aufsichtsrat, den Geschäftsführern unserer Ländergesellschaften und den Führungskräften, Beraterinnen und Beratern des Vertriebs sowie mit allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auch in den kommenden Jahren die Erfolgsgeschichte Ihrer AWD Gruppe weiter fortschreiben wird.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

