

---

---

## 2006 war mit Abstand das erfolgreichste Geschäftsjahr seit der Gründung von AWD.

### Carsten Maschmeyer

Vorsitzender des Vorstands  
der AWD Holding AG,  
in der Hauptversammlung am 31. Mai 2007



---

Höchster Umsatz, die größte Kundenzahl, die meisten Berater und eine Rekordgewinnbeteiligung für unsere Aktionäre. Mit diesen außergewöhnlichen Ergebnissen begrüße ich Sie

meine Damen und Herren,  
sehr verehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

sehr geehrte Aktionärsvertreter und liebe Freunde unseres Hauses,

zur siebten ordentlichen Hauptversammlung der AWD Gruppe, des größten unabhängigen Finanzdienstleisters in Europa.

Es ist uns eine große Freude, Sie am heutigen Tag so zahlreich in unserer AWDhall willkommen zu heißen. Das Interesse an der Entwicklung unseres Hauses und Ihre Verbundenheit mit der AWD Gruppe, die darin zum Ausdruck kommen, machen uns stolz.

Sehr herzlich begrüßen möchte ich auch die Vertreter der Medien und der Analystenhäuser. Sie haben die Rekordentwicklung der AWD Gruppe im Jahre 2006 objektiv und kompetent begleitet. Dafür danke ich Ihnen bei dieser Gelegenheit von Herzen.

Wir werden gleich gemeinsam Rückblick über das abgelaufene Jahr halten, uns danach dem Geschäftsmodell und der Unternehmensstrategie widmen und dann einen kurzen Blick auf die Ergebnisse des ersten Quartals 2007 und den Ausblick werfen.

---

---

### Höchster Umsatz, die größte Kundenzahl, die meisten Berater und eine Rekordgewinnbeteiligung für unsere Aktionäre.

---

---

Bevor wir jedoch das mit Abstand erfolgreichste Geschäftsjahr in unserer 19jährigen Unternehmensgeschichte Revue passieren lassen, noch einige erläuternde Hinweise zu den nachfolgenden Ausführungen.

Am 18. September 2006 trafen Aufsichtsrat und Vorstand der AWD Holding AG die Entscheidung, die Aktivitäten von AWD Italien einzustellen. Bereits zu Beginn des Jahres 2006 hatten wir die Fortsetzung unserer Geschäftstätigkeit in Italien an

klare Voraussetzungen geknüpft. Als sich im Laufe des dritten Quartals abzuzeichnen begann, dass unsere italienische Tochtergesellschaft diese Mindestziele nicht erreichen würde, haben wir konsequent gehandelt und AWD Italien geschlossen.

Um die hohe Dynamik sowie die zunehmende Profitabilität unseres Kerngeschäfts deutlich zu machen und die Vergleichbarkeit mit dem Geschäftsjahr 2007 zu gewährleisten, haben wir uns entschlossen, AWD Italien in unserer Erfolgsrechnung als „Aufgegebenen Geschäftsbereich“ oder „Discontinued operation“ auszuweisen. Alle folgenden Zahlenwerte beziehen sich also, sofern sie nicht anders definiert sind, auf den geschäftlichen Erfolg der AWD Gruppe ohne AWD Italien.

Meine sehr verehrten Damen und Herren,

2006 war mit Abstand das erfolgreichste Geschäftsjahr seit der Gründung von AWD.

Unseren Beratungserfolg haben wir binnen Jahresfrist um 97,8 Mio. €

oder 15,5% gesteigert und den neuen Höchstwert von 728,0 Mio. € Umsatz erwirtschaftet.

464.000 Kunden – knapp eine halbe Million Menschen, so viele wie noch nie in einem Geschäftsjahr – haben wir 2006 in unseren 10 Märkten in Europa vom unabhängigen ganzheitlichen Financial Planning überzeugt und historisch den größten Beratungserfolg erzielt.

---

### **Unsere EBIT-Marge hat von 9,3% im Jahre 2005 auf 10,7% im Jahre 2006 zugenommen.**

---

Unsere Beratungs- und Betreuungskapazitäten haben wir im Jahre 2006 deutlich ausgebaut. Insgesamt haben 333 Beraterinnen und Berater nach Abschluss ihrer Ausbildung ihre Beratertätigkeit für die AWD Gruppe aufgenommen. Damit erreichten wir mit 6.040 die meisten Beraterinnen und Beratern in der Unternehmensgeschichte.

Bei alledem ist es uns gelungen, unsere Profitabilität deutlich zu steigern: Unsere EBIT-Marge hat von 9,3% im Jahre 2005 auf 10,7% im Jahre 2006 zugenommen. Dies ist in 19 Jahren die historisch beste EBIT-Marge.

An dieser ausgezeichneten Geschäftsentwicklung des vergangenen Jahres wollen wir Sie, verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, auch in diesem Jahr wieder in der gewohnten Weise teilhaben lassen. Ihr Einverständnis vorausgesetzt, werden wir am morgigen Tag 1,30 € je Aktie und damit eine neue Rekordgewinnbeteiligung ausschütten.

Wesentliche Kennzahlen unterstreichen, wie deutlich sich unsere Geschäftsentwicklung im Vergleich zum Jahr 2005 verbessert hat:

Die Umsatzerlöse von AWD erzielen wir zum Beispiel mit der Vermittlung von Versicherungen, Hypotheken und Investmentfonds. Das daraus resultierende Neugeschäftsvolumen beträgt in einer Umrechnung ca.

14,6 Mrd. €. Damit wären wir vom Beitrags- bzw. Vermittlungsvolumen unter den Top 10 der deutschen Versicherungsunternehmen.

Die Zahl der über die AWD Gruppe abgeschlossenen Verträge stieg im Vergleich zum Jahr 2005 um 14,2% und übersprang erstmals die Millionengrenze.

Die Summe der von AWD vermittelten Kundengelder in Investmentprodukte wuchs im Laufe des Geschäftsjahres 2006 sogar um 25,3% und erreichte eindrucksvolle 22,8 Mrd. €.

Diese ausgezeichnete Entwicklung der AWD Gruppe im abgelaufenen Geschäftsjahr ist in erster Linie das Ergebnis des beispielhaften Engagements unserer Beraterinnen und Berater, Führungskräfte und Servicemitarbeiter in ganz Europa. Mit ihrer Motivation und ihrer Fachkompetenz haben sie unseren Erfolg erst möglich gemacht. Ich hoffe, ich spreche auch in Ihrem Namen, meine sehr verehrten Damen und Herren, wenn ich all diesen fleißigen, identifizierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in ganz Europa von Herzen für ihre Einsatzfreude und ihre großartige Leistung danke.

Mit einem Gruppenumsatz von 728,0 Mio. € haben wir den höchsten Jahreserlös in unserer bisherigen Unternehmensgeschichte erwirtschaftet.

---

### **Mit einem Gruppenumsatz von 728,0 Mio. € haben wir den höchsten Jahreserlös unserer Unternehmensgeschichte erwirtschaftet.**

---

Im Vergleich zum Geschäftsjahr 2005 ist dies eine Steigerung um 97,8 Mio. € oder 15,5%. Mit dieser deutlichen Zunahme ist es uns gelungen, sogar die herausragende Erlösentwicklung des Ausnahmejahres 2004 zu übertreffen. Dies macht uns besonders stolz, denn es gab 2006 keine Sondereffekte wie im Jahr 2004

den Lebensversicherungsboom oder den Riester-Endspurt 2005.

All dies haben wir aus eigener, organisch wachsender Kraft erreicht. Also ohne Zukäufe. Damit haben wir uns erneut als einer der führenden Distributionskanäle in der europäischen Versicherungs- und Finanzdienstleistungswirtschaft profiliert.

Dabei haben wir unsere Umsätze in allen Regionen gesteigert:

Die Erlöszunahme um 29,7% im britischen Markt zeigt den deutlichen Marktanteilsgewinn von AWD Großbritannien und die nachhaltige Verbesserung unserer Marktpositionierung nach der erfolgreichen Integration von Chase de Vere.

---

### **Basis der ausgezeichneten Geschäftsentwicklung im Jahre 2006 war die dynamische Entwicklung unserer wichtigsten Werttreiber.**

---

Die Umsatzdynamik in Österreich & CEE – der Perle in unserem Märkteportfolio – hielt auch 2006 unvermindert an und erreichte mit 17,0% erneut ein eindrucksvolles Niveau.

In unserem wichtigsten Kernmarkt Deutschland haben wir mit einer Erlössteigerung um 11,9% ebenfalls ein klar zweistelliges, organisches Wachstum erreicht.

Und auch AWD Schweiz hat nach einer Phase der Stagnation wieder einen deutlichen Umsatzzuwachs erzielt.

Die Basis der ausgezeichneten Geschäftsentwicklung im Jahre 2006 war erneut die dynamische Entwicklung unserer wichtigsten Werttreiber.

2006 haben unsere Beraterinnen und Berater europaweit 31.100 oder 7,2% mehr als noch 2005 an Kunden erfolgreich beraten, nämlich 464.400. Übrigens, dies entspricht allen Einwohnern einer Stadt wie Hannover oder Stuttgart.

Die Nachhaltigkeit unseres einzigartigen Geschäftsmodells aus unabhängiger Beratung und individuell

maßgeschneidertem Financial Planning hat sich nachdrücklich erwiesen: Im Quartalsdurchschnitt haben wir mehr als 54.000 Neukunden von der Qualität unseres Beratungsansatzes überzeugt. Unseren internen Zielwert von 50.000 Erstberatungen pro Quartal konnten wir damit erneut klar übertreffen.

---

## Im Quartalsdurchschnitt haben wir mehr als 54.000 Neukunden von der Qualität unseres Beratungsansatzes überzeugt.

---

Noch deutlicher fiel unser Beratungserfolg in unserem Kundenstamm aus: 248.300 Kunden, 14,5% oder 31.500 mehr als im Geschäftsjahr 2005, nahmen zum wiederholten Male unsere Unterstützung bei der Optimierung ihrer Finanzen in Anspruch. Dies ist ein Vertrauensvotum, das wir uns kaum eindeutiger hätten wünschen können.

Meine sehr verehrten Damen und Herren,

Während immer neue Kundenbeziehungen entstehen, entwickeln wir das Betreuungsverhältnis zu unseren Stammkunden mit bedarfsorientiertem Cross Selling kontinuierlich fort.

Der hohe Neukundenzuspruch bewirkte eine substantielle Ausweitung unserer Kundenbasis. Die Zahl der Stammkunden nahm über das abgelaufene Geschäftsjahr hinweg um 160.000 oder 9,8% zu und lag Ende 2006 bei 1,8 Mio.

Wie Sie sehen, ist unser Kundenstamm im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres weiter angewachsen: Zwischen Januar und März 2007 waren wir für weit über 50.000 Neukunden der Ansprechpartner ihrer Wahl. Damit umfasst unser Kundenstamm gegenwärtig 1,85 Mio. Menschen. Dies zeigt: Wir nähern uns sukzessive unserem Ziel für 2008 an – einer Stammkundenbasis von zwei Mio. Privatkunden in Europa.

Ein anderer bedeutender Werttreiber unseres Geschäftsmodells sind die

Beratungs- und Betreuungskapazitäten: Die Beraterzahl erreichte mit 6.040 Beraterinnen und Beratern per 31.12.2006 den vorläufig höchsten Stand seit Firmengründung.

Damit haben sich allein im Jahr 2006 weitere 333 zusätzliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für den Marktführer AWD entschieden. Und im ersten Quartal 2007 hat der Ausbau unserer Beratermannschaft deutlich an Dynamik gewonnen und weitere 226 Beraterinnen und Berater haben ihre Tätigkeit in unserer Bewegung der Unabhängigen aufgenommen. Zwischen Januar und März 2007 haben wir damit mehr als doppelt so viele neue Berater hinzugewonnen wie im Quartalsdurchschnitt des Jahres 2006. Damit haben wir schon wieder einen neuen Höchststand. Per 31. März 2007 sind nun europaweit 6.266 Beraterinnen und Berater sowie Führungskräfte für uns im Einsatz.

Eine weitere wichtige Grundlage für die erfolgreiche Entwicklung der AWD Gruppe im Geschäftsjahr 2006 war unsere klare Fokussierung auf das Beratungsfeld Altersvorsorge.

Unsere deutschen Gesellschaften haben den Absatz staatlich geförderter Riester- und Rürup-Policen im Geschäftsjahr 2006 um 55,7% oder 34.000 Verträge auf insgesamt 95.000 Verträge gesteigert. Insgesamt haben wir 42,4% unserer Abschlussprovisionen in Deutschland mit staatlich geförderten Altersvorsorgeprodukten verdient. Dies zeigt den hohen Stellenwert der unabhängigen AWD Beratung in diesem komplexen Beratungsfeld.

---

## Eine wichtige Grundlage für die erfolgreiche Entwicklung war unsere klare Fokussierung auf das Beratungsfeld Altersvorsorge.

---

Der kumulierte Umsatzanteil der fondsbasierten Produkte, der Lebensabsicherungsprodukte und der Invest-

mentfondsprodukte, die im weitesten Sinne auch für die Altersvorsorge verwandt werden, nahmen binnen Jahresfrist um 6%-Punkte zu. Wir haben damit mehr als drei Viertel unseres Neugeschäftsumsatzes mit Altersvorsorge- und Vermögensaufbauprodukten erwirtschaftet. Unsere frühzeitige Konzentration auf dieses zukunftsweisende Beratungsfeld beginnt sich nachhaltig auszuzahlen.

---

## Wir haben mehr als drei Viertel unseres Neugeschäftsumsatzes mit Altersvorsorge- und Vermögensaufbauprodukten erwirtschaftet.

---

Lassen Sie uns nun, meine sehr verehrten Damen und Herren, zum zählbaren finanziellen Erfolg des abgelaufenen Geschäftsjahres kommen.

Inklusive des Italiengeschäfts haben wir den Gewinn vor Zinsen und Steuern (EBIT) um 23,4% oder 11,3 Mio. € auf 59,5 Mio. € gesteigert. Der operative Ertrag hat damit überproportional zum deutlichen Umsatzanstieg zugenommen. Selbst unter Einbeziehung der eingestellten Aktivitäten in Italien ist die AWD Gruppe im Geschäftsjahr 2006 zweistellig profitabel gewachsen.

Betrachtet man nur die fortgeführten Geschäftsbereiche, so fällt die Zunahme unserer operativen Ertragskraft noch wesentlich deutlicher aus: Der Vorsteuergewinn stieg binnen Jahresfrist um 33,4% oder 19,5 Mio. € auf 77,8 Mio. €. Dies ist der höchste operative Gewinn, den wir jemals erzielt haben. Dieser Wert, meine Damen und Herren, zeigt die finanzielle Kraft und Zukunftsfähigkeit Ihrer AWD Gruppe, wie sie sich Ihnen in ihrer gegenwärtigen Aufstellung präsentiert. Zugleich bestätigt die deutliche Zunahme unseres operativen Ergebnisses, die wir durch die Schließung von AWD Italien erreicht haben, dass es richtig war, unser Engagement im italienischen Markt einzustellen.

Unsere zweistellige Umsatzsteigerung im Geschäftsjahr 2006 sorgte für einen überproportionalen Profitabilitätssprung. Unsere EBIT-Marge, also der Gewinn vor Steuern und Zinsen nahm von 9,3% im Gesamtjahr 2005 auf 10,7% im Geschäftsjahr 2006 zu.

---

## Im Geschäftsjahr 2006 haben wir unsere EBIT-Marge in allen Märkten deutlich verbessert.

---

Lassen Sie mich an dieser Stelle auch auf die Profitabilitätsentwicklung im Zeitablauf eingehen. Wie Sie sehen, haben wir die EBIT-Marge im Geschäftsjahr 2006 von Quartal zu Quartal gesteigert.

Meine Damen und Herren, diese kontinuierliche Steigerung unserer Profitabilität ist nicht das Ergebnis einer guten Entwicklung in einzelnen Märkten. Vielmehr ist es das Resultat einer gruppenweit einheitlichen Entwicklung. Im Geschäftsjahr 2006 haben wir unsere EBIT-Marge in allen Märkten deutlich verbessert.

Mit anderen Worten: In allen Regionen ist unsere operative Ertragskraft stärker gewachsen als der deutlich zweistellige Umsatzanstieg:

So stieg in Österreich & CEE die Profitabilität um 0,7%-Punkte an und lag im Jahresdurchschnitt 2006 bei 17,2%.

AWD Großbritannien ist nach dem operativen Verlust des Vorjahres wieder in die Gewinnzone zurückgekehrt.

Diese einheitlich positive Entwicklung in allen Märkten zeigt: Mit unabhängiger Beratung und individuell maßgeschneidertem Financial Planning sind wir in all unseren 10 Märkten gut aufgestellt.

Diese klare Bestätigung der unternehmerischen Entscheidungen, die wir in den vergangenen sechs Quartalen getroffen haben und die uns nicht immer leicht gefallen sind, ist für uns das wichtigste Ergebnis des Geschäftsjahres 2006.

Meine Damen und Herren, sehr gerne möchte ich Ihnen nach den Details unserer ausgezeichneten Geschäftsentwicklung im Jahre 2006 nun mit dem Geschäftsmodell und unserer Firmenstrategie die wichtigste Grundlage unseres anhaltenden Erfolges vorstellen.

Im nächsten Frühjahr werden wir unser zwanzigstes Gründungsjubiläum feiern. In den beiden Jahrzehnten, die dann hinter uns liegen, sind wir immer unserer unabhängigen Beratung und dem ganzheitlichen Financial Planning treu geblieben. Als erste im Finanzdienstleistungssektor haben wir Unabhängigkeit zum Kristallisationspunkt unserer Unternehmensphilosophie gemacht. Als erste haben wir die Unabhängigkeit von Herstellerinteressen mit hochqualitativer Beratung verknüpft und damit einen Beratungsansatz erfunden, der die Kundeninteressen in den Fokus unserer täglichen Arbeit rückt. Unsere Idee war von Beginn an, eine Vielzahl von Finanzprodukten unterschiedlichster Hersteller und Produktsegmente anzubieten. Dabei wollten wir, und das war die wesentliche Neuerung in unserer Herangehensweise, bei der konkreten Produktauswahl die Bedürfnisse und die Wünsche unserer Kunden in den Vordergrund stellen.

---

## Als erste im Finanzdienstleistungssektor haben wir Unabhängigkeit zum Kristallisationspunkt unserer Unternehmensphilosophie gemacht.

---

Parallel zu unserer Hauptversammlung wird in diesen Minuten im Rahmen einer Feierstunde in Düsseldorf einigen wenigen deutschen Unternehmen eine besondere Ehre zuteil. Einmal im Jahr zeichnen die Universität St. Gallen, das HANDELSBLATT, sowie Steria Mummert Consult und die Rating-Agentur Service Rating die kundenorientiertesten Unternehmen in Deutschland aus. Es ist mir eine große Freude, Ihnen mitteilen zu

dürfen, dass AWD in diesem Jahr den Sonderpreis „Kundenorientiertester Finanzvertrieb 2007“ zuerkannt bekommen hat. Ein Erfolg, den wir in erster Linie unseren lernbereiten und fleißigen Beratern zu verdanken haben. Bei Ihnen möchte ich mich daher ganz herzlich bedanken.

Im Gegensatz zu anderen Häusern, die die Produkte ihrer jeweiligen Muttergesellschaft favorisieren müssen, sind die Kunden bei uns in der Wahl ihrer Tarife und der Produkthersteller frei. Um unsere lupenreine Intermediärfunktion im Sinne der Kunden zu nutzen, haben wir uns nie angemaßt, eine eigene Versicherung zu gründen oder die Geldanlagen selber managen zu wollen.

Wir wollen eben gerade unabhängig die passendsten Produkte von den Herstellern unabhängig auswählen können. Denn gerade in Zeiten, in denen die Vielzahl der Angebote den Kunden eher verwirrt als unterstützt, wächst der Aufklärungsbedarf der Bevölkerung. Und immer mehr Menschen lernen den Mehrwert unabhängiger Beratung zu schätzen.

Natürlich profitieren wir gegenwärtig auch von unserer oben dargestellten Fokussierung auf die Beratungsfelder Altersabsicherung und Vorsorge. Durch die stetig fortschreitende Einschränkung der Leistungsfähigkeit der sozialen Sicherungssysteme ist hier ein enormer und kontinuierlich wachsender Bedarf zur Eigenvorsorge vorhanden. Und jeder hier in der Halle wird bestätigen, dass er sich als Verbraucher ebenfalls geringere Beiträge, höhere Renditen, eine umfangreichere staatliche Förderung, Steuervorteile oder ein höheres Leistungsniveau wünschen würde. Und genau dafür ist AWD, ist „Ihr unabhängiger Finanzoptimierer“ da.

Meine Damen und Herren,

mit dem gestrigen Tag ist in Deutschland die EU-Versicherungsvermittlerrichtlinie in Kraft getreten. Wir haben bereits seit vielen Jahren Qualitätsstandards in der Beratung gefordert und begrüßen daher die Umsetzung ausdrücklich. Jetzt sind

sämtliche Vermittler, Verkäufer und Berater durch Gesetz verpflichtet, am Anfang einer Kundenbeziehung ihren Status zu erklären. Sie müssen dem Kunden gegenüber also erklären, ob sie gebundene – also im Wesentlichen für eine Versicherung agierende Vertreter – oder ungebunden und unabhängig sind.

Sie können sich vorstellen, dass wir der gesetzlichen Anforderung, den Kunden hier aufzuklären, gerne nachkommen. Mit großer Freude werden unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unsere Vertragspartnerinformationen zeigen, die die breite Auswahl und Vielfalt unserer Produktpalette zum Ausdruck bringt.

Bereits zu Beginn eines Beratungsgesprächs bringen wir unseren Kunden auch die Vorteile unserer ganzheitlichen Konzeptberatung nahe.

Selbstverständlich finden Sie im Fundament unserer Beratungspyramide als erstes die Basisrisiken des Lebens dargestellt. Unsere Beraterinnen und Berater achten darauf, dass unsere Kunden in diesen Pflichtbereichen ausreichend abgesichert sind. Das ist die Voraussetzung dafür, dass sich alle darauf aufbauenden Finanzkonzepte erfolgreich entwickeln können. Selbstverständlich achten wir auch auf Steuervorteile, Zuschüsse und Vergünstigungen.

Ausgangspunkt für den Beratungsprozess sind die Präferenzen und Bedürfnisse unserer Kunden. Hier nehmen wir uns Zeit, um mit dem Kunden oder der Kundin offen alle Ziele und Wünsche zu erörtern. Denn die einzelnen Konzepte und Finanzprodukte sollten niemals Selbstzweck sein. Deshalb spielen die Ziele und Bedürfnisse des Kunden – also das, was er in seinem Leben in materieller Hinsicht erreichen will – eine wesentliche Rolle in unserem Beratungsansatz.

Selbstverständlich ist, wie wir es auch im täglichen Leben von der Medizin her kennen, zunächst eine Untersuchung wichtig, bevor eine Therapie begonnen wird. Das bedeutet bei uns eine ausführliche Bestandsaufnahme des finanziellen Status quo un-

serer Kunden. Im Rahmen unserer Datenerhebung nehmen wir bis zu 800 Daten auf. Hier sehen Sie zum Beispiel einige Fragen zum wichtigen Thema „Altersvorsorge“.

Von zentraler Bedeutung für viele unserer Kunden ist das allgegenwärtige Thema der Altersvorsorge. Zur besseren Orientierung schätzen wir relativ präzise die aktuelle Lücke unter Berücksichtigung von Inflation, Steuern und Sozialabgaben und klären sehr genau auf, welche private Vorsorge – ob nun die so genannte Riester-, Rürup- oder bAV-Rente – durch Zulagen, Steuervorteile oder Förderung des Arbeitgebers besonders lohnend ist.

Ähnlich existenzielle Bedeutung für den Einzelnen hat in einem Krisenfall aber auch die Einkommenslücke bei Berufsunfähigkeit. Vielen Menschen ist nicht bewusst, dass hier für weite Teile der Bevölkerung die gesetzliche Rente nicht mehr einspringt.

Zusätzlich sind es vor allem unsere Optimierungsvorschläge zu den einzelnen bestehenden Verträgen des Kunden, die sehr interessant und lohnend sind. Hier können wir zum Beispiel durch den Wechsel zu einer günstigeren Krankenkasse oder Kosteneinsparungen bei bestehenden Versicherungen sehr häufig umfangreiche Einsparungspotentiale für unsere Kunden erzielen.

---



---

### **Dieser Beratungsablauf von der Ziel- und Wunschvorstellung des Kunden über die Staturerfassung bis zur unabhängigen Produktauswahl ist die Stärke von AWD.**

---



---

Meine Damen und Herren,  
dieser Beratungsablauf von der Ziel- und Wunschvorstellung des Kunden über die Staturerfassung bis zur unabhängigen Produktauswahl ist die Stärke von AWD. Es ist daher äußerst wichtig, noch einmal zu betonen, dass sich an unserer Unterneh-

mensstrategie und an unserer grundsätzlichen Ausrichtung auf unabhängige Finanzberatung mit Schwerpunkt Altersabsicherung nichts ändern wird.

Wir haben uns für die nächste Zeit vorgenommen, operative Exzellenz zu erreichen.

In den Beratungs-, Ausbildungs- und Führungsbereichen möchten wir zum Beispiel noch stärker „Best Practice“-Ansätze aus den Konzerngesellschaften nutzen, die in den jeweiligen Bereichen gruppenweit führend sind. Kurz gesagt: Wir wollen die Zeit unserer Berater unseren Kunden noch aufmerksamer und effizienter zur Verfügung stellen.

Zusammengefasst verfolgen wir das Ziel, für unsere Kunden eine noch bessere Leistung zu erbringen, noch attraktivere Bedingungen für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Beratungsbüros und Service-Zentralen zu schaffen und als Unternehmen noch finanzkräftiger und profitabler zu werden. Denn wir wollen bleibende Werte schaffen – für unsere Kunden, für unsere Mitarbeiter und nicht zuletzt für Sie, meine Damen und Herren, unsere Aktionärinnen und Aktionäre.

Dabei wollen wir auf absehbare Zeit rein organisch wachsen. Wir planen keine Zukäufe. Auch im Hinblick auf unsere weitere Internationalisierung wollen wir vorderhand die umfangreichen Potentiale ausschöpfen, die sich uns in unseren zehn Märkten in Europa bieten. Wir halten es für zielführend, unsere führende Wettbewerbsposition in unseren bestehenden Märkten auszubauen, statt uns in zusätzlichen Ländern mit kleinen Start-Ups möglicherweise zu verzetteln. Bedingt durch die hervorragende Entwicklung im letzten Jahr und den guten Auftakt in diesem Jahr, sind wir zuversichtlich, unser Ziel per Ende 2008 – nämlich 2 Mio. Stammkunden und ein Profitabilitätsziel von 13,5% EBIT-Marge – zu erreichen. Und zwar durch vier Effekte:

1) Wie viele andere Unternehmen haben auch wir sprungfixe Kosten.

Das bedeutet, bei steigendem Umsatz wachsen die Kostenpositionen

im Rahmen bestimmter Intervalle unterproportional.

Man spricht hierbei auch von skalierbaren Effekten. Da wir uns vorgenommen haben, unsere Erlöse mit zweistelliger Rate zu steigern, macht uns die hohe Umsatzdynamik der vergangenen sechs Quartale sehr zuversichtlich, unsere Profitabilität auch mittelfristig weiter steigern zu können.

Dabei kann und wird es nicht unser Weg sein, die Vergütungselemente für unsere wichtigen Beraterinnen und Berater, Führungskräfte und Büroleiter zu kürzen. Im Gegenteil haben wir deren Bezüge in 2006 mit Bonuszahlungen erhöht, die zu einer weiteren Steigerung der Geschäftsqualität und der Beraterproduktivität geführt haben. Die ausgezeichnete Umsatzentwicklung und der noch bessere Ergebnistrend des Jahres 2006 haben gezeigt, dass dies der richtige Weg ist.

- 2) Daher wollen wir auch künftig vor allem die weitere Verbesserung unserer internen Abläufe und eine strenge Kostenkontrolle der Zentralen zur kontinuierlichen Verbesserung unserer Ertragskraft nutzen.
- 3) Die Einstellung des Italien-Geschäftes mit der entsprechenden Vermeidung von Verlusten hat hierbei ebenfalls eine wichtige Rolle gespielt.
- 4) Außerdem werden wir die Relation von Back- zu Front-Office-Kosten bei AWD Großbritannien kontinuierliche verbessern.

Alle vier Maßnahmen sollen dann dazu führen, dass wir das erklärte Profitabilitätsziel erreichen.

Und damit, meine Damen und Herren, kommen wir auch schon zur Gegenwart bzw. jüngsten Vergangenheit. Deshalb möchte ich zum Abschluss meiner Ausführungen auf unseren Einstieg in das laufende Geschäftsjahr eingehen.

Zwischen Januar und März 2007 haben wir erstmals in einem ersten Quartal vom Gruppenumsatz die

200 Mio.-Grenze überschritten. Mit einer Steigerung um 11,7% auf 201,2 Mio. € haben wir den höchsten Wert erzielt, den wir jemals in einem Jahresauftaktquartal erreicht haben.

Damit haben wir im ersten Quartal nahtlos an die die hohe Wachstumsdynamik des Geschäftsjahres 2006 angeknüpft. Den ausgezeichneten Umsatztrend des Vorjahres haben wir damit in all unseren Märkten in das erste Quartal 2007 weiter getragen.

Auch beim Beratungserfolg setzte sich die ausgezeichnete Entwicklung des Vorjahres mit gesteigerter Dynamik fort. Im ersten Quartal 2007 haben wir europaweit 151.600 Kunden beraten, 14,8% oder 19.600 mehr als im Vergleichszeitraum des Vorjahres.

Auch bei der Neukundengewinnung haben wir den ausgezeichneten Vorjahreswert um 6,9% oder 3.400 Erstberatungen übertroffen. Damit ist es uns zum siebzehnten Mal in Folge gelungen, quartalsdurchschnittlich mehr als 50.000 Neukunden vom hohen Mehrwert unserer Beratungsleistung zu überzeugen.

Die Zahl der zum wiederholten Male beratenen Stammkunden hat sogar um 19,7% oder 16.200 zugenommen. Erneut zeigt dies das hohe Maß an Kundenzufriedenheit mit der Dienstleistung, die wir anbieten, und gibt zugleich eine gute Indikation für das Zukunftspotential unserer insgesamt 1,85 Mio. Kunden. Hier ist noch viel weiterer Beratungsbedarf. Viele Kunden werden Folgeaufträge geben, Verträge erhöhen und ihre Absicherung oder Vorsorge komplettieren oder ausdehnen.

Der operative Ertrag stieg zum vergleichbaren Vorjahreswert um 3,2 Mio. € oder 16,8%. Der Gewinn vor Steuern und Zinsen erreichte damit zwischen Januar und März diesen Jahres mit 22,2 Mio. € den höchsten Wert, den wir jemals in einem ersten Quartal erreicht haben.

Besonders eindrucksvoll entwickelte sich im ersten Quartal 2007 der Ergebnisbeitrag unserer Gesellschaften in Österreich und Zentral-/Osteuropa: Der operative Gewinn von

AWD Österreich & CEE nahm im Vergleich zum ersten Quartal 2006 um ganze 60,0% oder 3,6 Mio. € zu und erreichte herausragende 9,6 Mio. €. Besonders erfreulich ist, dass unsere Gesellschaften in Zentral-/Osteuropa mit einem deutlich positiven Ergebnisbeitrag diese ausgezeichnete Entwicklung in unserer erfolgreichsten Region unterstützt haben.

Neben dem guten zweistelligen Umsatzzuwachs erzielten wir einen überproportionalen Anstieg unserer operativen Ertragskraft im ersten Quartal 2007. Die EBIT-Marge legte zum Vergleichswert des Vorjahres um 0,5%-Punkte zu und erreichte 11,0%.

An der guten Entwicklung, die Ihre AWD Gruppe im vergangenen Geschäftsjahr genommen hat, wollen wir Sie, verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, wie gewohnt in umfassender Weise teilhaben lassen.

Daher schlagen Ihnen Aufsichtsrat und Vorstand der AWD Holding AG am heutigen Tage die Ausschüttung einer Rekorddividende von 1,30 € je Aktie vor. Die Ausschüttungssumme würde sich, sofern Sie diesem Antrag zustimmen, auf 50,2 Mio. € belaufen. Dies wäre die höchste Gewinnbeteiligung, die wir in unserer 19jährigen Unternehmensgeschichte ausgeschüttet haben.

Meine sehr verehrten Damen und Herren, für Ihr Vertrauen im abgelaufenen Geschäftsjahr danke ich Ihnen von Herzen. Seien Sie versichert, dass ich gemeinsam mit dem Aufsichtsrat und meinen Kollegen im Vorstand, mit den Geschäftsführern unserer Ländergesellschaften und den Führungskräften des Vertriebs sowie mit allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der AWD Gruppe auch in den kommenden Jahren alles daran setzen werde, der Erfolgsgeschichte Ihrer AWD Gruppe weitere Kapitel hinzuzufügen.

Begleiten Sie uns auf diesem Weg. Denn AWD ist Unabhängigkeit, die sich auszahlt.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.