
Wir haben im Jahr 2001 wiederum das Rekordergebnis des Vorjahres übertroffen.

Carsten Maschmeyer

Vorsitzender des Vorstands
der AWD Holding AG
in der Hauptversammlung am 12. Juni 2002



Mit großer Freude können wir Ihnen mitteilen, dass wir unsere beiden wichtigsten Prognosen erfüllt haben: Die geplanten 100 Mio. DM Vorsteuerergebnis und eine größere Akquisition in Deutschland. Da die Einhaltung von Versprechen in der heutigen Zeit äußerst selten ist, können wir mit Stolz behaupten „Promised and Delivered“ oder auf deutsch: gesagt = getan!

Guten Tag meine sehr verehrten Damen und Herren, auch wir vom Vorstand begrüßen Sie außerordentlich gerne. Herzlich willkommen, liebe Privataktionäre, institutionelle Anleger, Bankenvertreter sowie Aktionäre, die zugleich Mitarbeiter der AWD Holding AG oder eines Unternehmens der Gruppe sind. Danke, dass Sie zu unserer zweiten Hauptversammlung hier im Congresszentrum in Hannover so zahlreich gekommen sind.

Wir werden Ihnen Bericht erstatten über das Geschäftsjahr 2001, über das erste Quartal 2002, das wiederum verbesserte Geschäftsmodell und die

Unternehmensstrategie, denn wir haben mit Thomson's in Großbritannien einen neuen Markt erschlossen. Selbstverständlich werde ich auf die

AWD konnte im Jahr 2001 175.000 neue Kunden beraten und damit den Marktanteil eindrucksvoll vergrößern.

hervorragende Logik der Verbindung der beiden einzigen großen unabhängigen Finanzdienstleister teci und AWD eingehen, denn hier entsteht eine neue Kraft im Finanzdienstleistungsmarkt, hier entsteht die Bewegung der Unabhängigkeit. Natürlich erhalten Sie auch den neuesten Unternehmensausblick.

I. Bericht zum Geschäftsjahr 2001

Im Jahr 2001, dem Jahr 1 nach dem Börsengang, haben wir wiederum das Rekordergebnis des Vorjahres übertroffen und sind deutlich

stärker gewachsen als der Markt der Finanzdienstleistungen insgesamt.

Auch im vergangenen Jahr ist AWD, als erfolgreiches Wachstumsunternehmen, wiederum den hohen Erwartungen der Anleger an die Steigerung unserer Ertragskraft und die Verbesserung unserer Wettbewerbsfähigkeit gerecht geworden. Und dies trotz des ungemein schwierigen Jahres. Weitgehend unabhängig von Stagnations- und Rezessionstendenzen oder gar der schlechten Börsenlage haben wir unsere für das Jahr 2001 angekündigten Ertragsziele erfüllt. AWD konnte 175.000 neue Kunden beraten und damit den Marktanteil eindrucksvoll vergrößern. Eine annähernd gleiche Anzahl Stammkunden hat 2001 erneut unsere Dienste in Anspruch genommen. Insgesamt betreuen wir somit 730.000 Kunden. Mit ihnen haben wir unsere qualitätsorientierte Wachstumspolitik fortgeführt. Auch die Zahl der für AWD tätigen, umfassend ausgebildeten Wirtschaftsberater konnten wir im Betrachtungszeitraum von 2.572 auf 3.066 erhöhen.

Den Umsatz steigerten wir in einem Jahr, in welchem viele Finanzinstitute teilweise starke Rückgänge vermelden mussten, um 12,3 % auf 384,7 Mio. €.

Auffällig an der Verteilung der einzelnen Produktsegmente ist der starke Anstieg von Erwerbs- und Berufsunfähigkeitsversicherungen, was vor allem daran liegt, dass durch das neue Gesetz ab Januar 2001 alle unter 40-jährigen Menschen in diesem Land nicht mehr ausreichend gesetzlich versichert sind. Umgekehrt ist ein starker Rückgang von Investmentfondsprodukten zu verzeichnen. Als Fazit kann gezogen werden, dass die Bürger derzeit trotz der viel niedrigeren Kurse weniger interessiert an Investmentanlagen sind und umgekehrt ein erhöhtes Sicherheitsbedürfnis ausgelöst durch Terroranschläge und Flugzeugabstürze haben.

**Wir konnten das
in Aussicht gestellte
Vorsteuerergebnis von
damals noch 100 Mio.
DM bzw. 51 Mio. €
sogar übertreffen.**

Es freut uns besonders, dass wir das in Aussicht gestellte Vorsteuerergebnis von damals noch 100 Mio. DM bzw. 51 Mio. € trotz des durch Einmaleffekte belasteten Umsatzwachstums, die größtenteils nicht im Einflussbereich von AWD lagen, sogar übertreffen konnten. Das Ergebnis beträgt 53,9 Mio. Euro. Unsere Umsatzrendite haben wir damit erneut verbessert, und zwar auf 14 %.

Für 2000 betrug die Dividende noch 7 Cent, belastet durch die Einmalkosten des Börsengangs. Gemeinsam mit dem Aufsichtsrat schlagen wir Ihnen daher heute für das Geschäftsjahr 2001 die Ausschüttung einer Dividende von 70 Cent je Aktie vor. Das ist eine Verzehnfachung!

Natürlich sind wir uns sehr bewusst, dass die Ergebnisentwicklung vom Zinsergebnis und die Vergleichswerte des Vorjahres durch die Auf-

wendungen für den Börsengang gekennzeichnet waren. Daher wird Herr Brammer im Anschluss die Finanzkennziffern auch aus diesen unterschiedlichen Perspektiven erläutern, ebenso Details zum 1. Quartal.

II. Zahlen zum 1. Quartal 2002

Für die ersten drei Monate dieses Jahres konnten wir Zuwachsraten von 15,9 % beim Umsatz erzielen. Dies ist ein Trend, der zu absichernden Produkten führt und weniger zu volatilen Investmentanlagen. Beim operativen Ergebnis konnten wir eine Steigerung von 49 % erzielen.

Gleichzeitig fühlen wir uns durch die positiven Resonanzen bestätigt, dass wir mit tecis einen idealen Partner zum richtigen Zeitpunkt gefunden haben. Immer wieder haben Experten empfohlen, dass wir in unserem wichtigsten Markt, nämlich Deutschland, den Schulterschluss mit anderen unabhängigen Finanzdienstleistern suchen sollten und es hat sich positiv ausgezahlt, dass wir lange genug auf die Zuflüsse des Börsengangs aufgepasst haben und jetzt akquiriert haben. Also zu einem Zeitpunkt, in dem die Preise für Finanzdienstleister auf dem tiefsten Punkt seit langer Zeit sind.

**Gemeinsam mit dem
Aufsichtsrat schlagen
wir die Ausschüttung
einer Dividende von
70 Cent je Aktie vor.**

III. Weiterentwicklung des AWD-Geschäftsmodells

Unser Geschäftsmodell, die Kombination von Financial Planning und unabhängiger Finanzberatung, hat sich nicht nur wieder bewährt, sondern wurde von uns weiter optimiert. Mit dieser einzigartigen Kombination wollen wir unseren Marktvorsprung sichern und ausbauen. Lassen Sie mich daher den Beratungsprozess kurz skizzieren.

Er beginnt mit der so wichtigen Datenerhebung, um den Status quo des Kunden festzustellen und alle seine Ziele und Wünsche zu erfassen.

So werden alle Bereiche explizit abgefragt wie z.B. beim Thema Altersversorgung. So werden folgende Fragen beantwortet: Warum wurden welche Beiträge geleistet? Was wurde zusätzlich angespart?

**Für die ersten drei Monate
dieses Jahres konnten wir
Zuwachsraten von 15,9 %
beim Umsatz erzielen.**

In der Datenerhebung ist auch ein Risikoprofil integriert, um eine erste Indikation über die Anlageerfahrung, Ziele und Risikoneigung des Gesprächspartners zu erhalten. Dann produzieren wir für den Kunden seine persönliche Wirtschaftsbilanz, wo ein Liquiditätsforecast unabdingbarer Bestandteil ist.

Denn gerade die Liquiditätsplanung ist die Basis für viele Finanzinvestments oder Risikoabsicherungen.

Danach projizieren wir verschiedene Szenarien, z.B. ob sich das Gesamtvermögen des Kunden als Mieter oder Eigentümer vorteilhafter entwickelt.

Wenn der Kunde dann aufgrund seines Bedarfes und seiner Ziele einen Produktwunsch hat, starten wir unsere Angebotssoftware, hier am Beispiel der Berufsunfähigkeit dargestellt. Durch original Rechenkerne sind hier die Angebote jeweils nach Beitragszahlungen und Bedingungen gerant.

Daraus und aus ähnlichen Vergleichsprogrammen erkennt der Mandant schnell, wo er Optimierung zu seinen bisherigen Absicherungen erhalten kann und wie hoch sein jährlicher Vorteil ist.

Daraus antizipieren wir einen neuen Liquiditätsforecast und projizieren den Vergleich, wie sich die Liquidität vor der Optimierung entwickelt hätte und wie sie jetzt nach der Optimierung aussieht.

Damit dieses Beispiel der Gesamtvorteilsberechnung deutlich wird, haben wir hier einen Musterkunden genommen, der in allen Bereichen Vorteile nutzen kann.

Vorteil an Versicherungen: 1.902 €, Vorteil Zinsersparnis: 787 €, Vorteil Zuschüsse und Vergünstigungen: 151 € und steuerliche Vorteile aus der Direktversicherung inkl. Performanceverbesserung von 385 €, also ein jährlicher Gesamtvorteil von 3.226 €, der durchaus exemplarisch für unsere typischen Kunden mit einem jährlichen Einkommen von 50.000 bis 60.000 € möglich ist.

Selbstverständlich werden nur Produkte angeboten, die zum Risikoprofil und den individuellen Anlagewünschen und zum Bedarf des Kunden passen. Hier vergleichen wir beispielsweise im Investmentfondsbereich die 3-Jahres-, 5-Jahres- und 10-Jahres-Performance, Kosten u.ä.

Wenn der Kunde dann einen Produktwunsch hat, starten wir unsere Angebotssoftware.

Das Ganze halten wir in einer Gesprächsnotiz als Beratungsprotokoll fest. Zum Beispiel, dass der Kunde Erfahrung mit Aktienanlagen hat, dass er 10 % seines Geldes hier investiert, dass er dies für 8 Jahre anlegen möchte, dass er das Aufgeld kennt und dass, falls dies der Fall ist, er über die Volatilität und etwaige Verlustrisiken aufgeklärt wurde.

Ebenfalls möchte der Kunde Übersicht. Viele von Ihnen kennen es von sich selbst, wo überall verstreut die einzelnen Policen, Verträge, Konto- und Depotauszüge liegen. AWD-Kunden können in einem geschützten Bereich im Internet alle ihre Verträge, und zwar auch die, die sie nicht über AWD erworben haben, auf einer Seite einsehen. Sortiert nach Beiträgen, aufgelistet nach Vermögensstand und selbstverständlich können sie auch ihre Investmentdepots mit aktuellem Stand tagesaktuell betrachten.

Eine solche umfassende unabhängige Finanzberatung mit breitester Produktauswahl erhält der Verbraucher nicht bei Banken und Versicherungen und auch nicht bei den meisten anderen Finanzdienstleistern. Auch für die Zukunft scheinen wir gut gerüstet, denn wenn wir die Studien über die Entwicklung des Finanzdienstleistungsmarktes von renommierten Unternehmensberatungsgesellschaften verdichtet anschauen, hat der Kunde in den nächsten Jahren vor allem folgende 6 Wünsche:

Ein jährlicher Gesamtvorteil von 3.226 € ist durchaus exemplarisch für unsere typischen Kunden möglich.

- A) Die Verbraucher möchten von einer landesweiten und großen Gesellschaft betreut werden. Sie wollen sich vorstellen können, dass sie von Köln nach München oder von Hannover nach Berlin ziehen und auch dort von der gleichen Firma mit dem gleichen Service versorgt werden. Dies wird mittelfristig europäisch gelten, nach dem Motto: „Können Sie mein kleines Appartement auf Mallorca auch versichern?“
- B) Der Kunde möchte eine unabhängige Produktauswahl, weil er hierdurch niedrigere Beiträge und höhere Renditen erfährt.
- C) Er möchte bei einer bekannten Gesellschaft beraten werden, weil er diese für vertrauenswürdiger hält.
- D) Er möchte auf kompetent ausgebildete Berater treffen, mit denen er zwar gerade über eine private Krankenversicherung spricht, aber auch zu einem Kfz-Vertrag spontan eine Auskunft haben möchte. Und wenn er in den Medien aktuell etwas über Aktienfonds gehört hat, möchte er auch hier seine Fragen beantwortet bekommen.
- E) Der Kunde wünscht sich Financial Planning-Hilfen, also eine Finanzstrategie, die ihm Ordnung und ein System sowohl für den Vermö-

gensaufbau als auch im Alter für Entnahmepläne und das Konsumieren seines Vermögens ermöglicht.

- F) Ebenso wollen die Verbraucher über die Möglichkeit der Multikanalwahl verfügen. Selbstverständlich möchte der Kunde auch zwischen Kanälen wechseln. Er möchte vielleicht nicht erklärungsbedürftige Produkte selber abschließen. Bei wichtigen Berechnungen wiederum besteht der Wunsch, evtl. ein Call-Center als Hilfe heranzuziehen. Und bei schwierigen Dingen wendet er sich lieber an das Büro oder bestellt einen Berater zu sich nach Hause.

Wir sind optimistisch, dass wir diese 6 Anforderungen des Kunden an die Zukunft gut erfüllen werden, weil wir jetzt schon auf all' diesen Gebieten bereits sehr gut aufgestellt sind. Bei weiteren Abrundungen und Verbesserungen beim Ausbau unseres Unternehmens werden wir diese Interessen und Wünsche unserer Kunden weiterhin priorisieren, damit wir auch weiterhin kundenorientiert aufgestellt bleiben.

Die Verbraucher möchten von einer landesweiten und großen Gesellschaft betreut werden.

Lassen Sie mich nun auf die qualitative Weiterentwicklung bei AWD eingehen. Um unserem Anspruch an kompetente Beratung in immer anspruchsvoller und komplexer werdenden Märkten gerecht zu werden, hat AWD für alle neuen Berater in Deutschland seit Anfang 2001 den öffentlich rechtlich anerkannten Abschluss als Fachberater für Finanzdienstleistungen der Industrie- und Handelskammer zur Voraussetzung für die Aufnahme der Beratungstätigkeit gemacht.

Die langjährigen Bemühungen, gemeinsam mit Herrn Prof. Steiner von der Universität Passau eine ganzheitliche Allfinanzausbildung zu imple-

mentieren, die allein 2.000 Skriptseiten umfasst, haben sich gelohnt.

Damit sind wir hervorragend aufgestellt für die absehbaren Normen und Regulierungen aus Brüssel, die wir seit Jahren fordern, weil ich sie für alle europäischen Finanzdienstleistungsmärkte in den nächsten Jahren erwarte. Außerdem liefern wir damit deutlich besseren Service für den Kunden.

Zusätzlich ist es unserem zukünftigen Managementnachwuchs möglich, ein dreijähriges Spezialstudium an der Fachhochschule Paderborn zu absolvieren, und zwar im regelmäßigen Wechsel: ein Quartal Universität und ein Quartal AWD-Praxis. Durch diesen alternativen Ausbildungsweg für unser Nachwuchsmanagement ergänzen wir unser Zukunftspotential an Führungskräften.

Mit unserer klaren, kundenorientierten Ausrichtung und durch den Fokus auf reine Distribution kann AWD sich deutlich vom allgemeinen Trend der gesamten Finanzbranche freimachen und seine führende Position in Deutschland, Österreich und der Schweiz weiter ausbauen. Unter Distribution verstehen wir die Gewinnung von Neukunden und den Aufbau einer dauerhaften Kundenbeziehung. Da wir nur als Intermediär arbeiten, also zur Wahrung der Unabhängigkeit keine eigenen Produkte herstellen, entfallen für unser Geschäftsmodell Fixkosten und Risiken von Produzenten.

Es bleibt unser Ziel, Beratungsstandards zu entwickeln und zu realisieren, die in der Finanzdienstleistungsbranche mustergültig sind.

Es bleibt unser Ziel, Beratungsstandards zu entwickeln und zu realisieren, die in der Finanzdienstleistungsbranche mustergültig sind. Insbesondere auch um die dazu notwendigen eigenen Lernprozesse zu intensivieren, haben wir im vergangenen

Jahr in unseren vierten Kernmarkt expandiert; nach Großbritannien – dem Mutterland der unabhängigen Finanzberater –, einem Markt mit dem höchstentwickelten Finanzberatungsniveau in Europa und folglich mit den kompetentesten Beratern. Durch den Zusammenschluss mit der landesweit präsenten Thomson's Group erschließen wir uns auch das praktische Know-how im Bereich sehr gehobener Privatkunden. Gleiches gilt für die betrieblichen Altersvorsorgekonzepte, um höchste Beratungs- und Betreuungsstandards in alle unsere Kernmärkte zu transferieren und schneller als andere zu realisieren. Unsere 34 % Konzernumsatz außerhalb Deutschlands belegen ein Geschäftsmodell, das durch seine Marktvielfalt zusätzliche Stabilität und Attraktivität gewinnt.

IV. Zusammenschluss mit tecis und weitere Unternehmensstrategie

Unsere Strategie hat sich bewährt. Wir werden weitermachen mit unserer qualitätsorientierten Wachstumpolitik, mit unserem unabhängigen, umfassenden Beratungsansatz und hochentwickelten Financial Planning. Wir wissen, dass unser Wachstum von unserer Fähigkeit abhängt, die hohe Beratungsqualität fortzusetzen, neue Berater auszubilden, unsere Stammkunden umfassend zu betreuen und neue Kunden zu gewinnen. Wir setzen auf dieses interne Wachstum und werden parallel dazu unsere Marktposition durch das Zusammengehen mit tecis weiter ausbauen.

An weiteren Akquisitionen sind wir weiterhin interessiert. Wir konzentrieren uns dazu auf Deutschland, den Markt mit dem größten Nachholbedarf, und auf Großbritannien. Unsere Marke Thomson's wird uns dabei als Expansionsplattform im englischsprachigen Bereich hervorragende Dienste leisten. Der englische Markt ist stark fragmentiert. Mit dem Know-how von Thomson's und unserer Akquisitionserfahrung werden wir es schaffen, bis zum Ende des Jahres 2005 dort unter die ersten drei unab-

hängigen Finanzdienstleister zu gelangen. Dieses Ziel verfolgt AWD in allen vier vertretenen Ländern.

Grundsätzlich verschließen wir unseren Blick nicht vor neuen ausländischen Märkten. Voraussetzung: Die Unternehmen sind unabhängige Finanzdienstleister, passen in unsere Unternehmenskultur und zeichnen sich durch gute Wachstumsraten beim Umsatz aus und sind bereits in der Gewinnzone. Wir sind hier bereit für make or buy-Lösungen. Dort, wo nämlich Märkte attraktiv sind, aber keine geeigneten Unternehmen akquiriert werden können, wollen wir selber generisch expandieren. Unsere erfolgreiche Auslandsstrategie würde dann eine Fortsetzung finden, denn auch Österreich und die Schweiz, wo wir jeweils Marktführer der unabhängigen Finanzdienstleister sind, haben wir von Grund auf selber aufgebaut. Diese Auslandsstrategie wurde in einer Studie der Wirtschaftswoche zum Internationalisierungsgrund der Unternehmen als beste ausgezeichnet.

Sie sehen, dass der Maximalwert von 89 % der AWD-Wert ist. Die Kombination aus „make or buy“ wird weiter auf die lokalen Gegebenheiten eingehen. In Österreich beraten also Österreicher, und in der Schweiz gehen Schweizer zum Kunden, während in Großbritannien der Brite den Briten berät. Dies erachten wir als richtungweisend. Außerdem halten wir nichts davon, Doppelverantwortlichkeiten zu schaffen. Der Kölner Büroleiter soll nicht zusätzlich auch noch für Mailand zuständig sein und der Münchner eben nicht für Manchester. Wir sind der Meinung, dass sich jeder Manager auf eine Region konzentrieren muss. Es gilt das Prinzip: „All good business is local business“. Nur so können wir in dem jeweiligen Land unterschiedliche Strategien fahren und uns auf die Marktgegebenheiten, die Historie und den Verbraucherbedarf einstellen. Diese externe bzw. internationale Expansion erschließt uns erhebliche Zeitvorteile gegenüber rein organischem Wachstum und verbessert unsere Profitabilität zusätzlich.

**Es gilt das Prinzip:
„All good business
is local business“.**

Vor einem Jahr gingen die meisten Hersteller und Distributeure von Finanzdienstleistungsprodukten davon aus, dass die durch die neue Rentenreform begünstigten so genannten Riester-Verträge eine hohe Nachfrage und Akzeptanz bei den Verbrauchern entstehen lassen werden. Nachdem im Sommer letzten Jahres die einzelnen Durchführungsbestimmungen und auch die kaufmännische Bilanzierungsmechanik transparent wurde, sieht heute die Realität jedoch anders aus. Obwohl viele Produkte, die die behördlichen Auflagen erfüllen, schon seit Juli letzten Jahres auf dem Markt sind, haben nach Branchenschätzungen bis heute gerade einmal 2 Mio. Menschen von 32 Mio. Förderberechtigten eine solche Förderrente abgeschlossen. Warum so wenige:

1) Der Kunde findet überregulierte Produkte vor, die mit seiner bisherigen Vorstellungskraft über Standardprodukte nicht zusammenpassen. So kann der Kunde beispielsweise durch überhöhte Vorsicht, verbunden mit der Mindestauszahlungsgarantie bei Investmentfonds in Börsenboomzeiten eben keine Höchstperformance einfahren. Er darf sich nicht wie gewohnt bei Beginn des Rentenalters die Auszahlung in einer Summe überweisen lassen, um beispielsweise eine Resthypothek für eine eigengenutzte Immobilie zu tilgen oder sich ein Ferienappartement im warmen Süden zu kaufen. Regeln, die vorschreiben, dass beispielsweise der verbleibende Ehepartner eines vor dem Rentenalter verstorbenen Riestersparers die angesparten Erträge nur dann behalten darf, wenn er sie wieder in Riester-Produkte investiert, schrecken eher ab. Und auch die nachgelagerte Besteuerung der Riester-Rente fällt in die Kategorie Überregulierung.

2) Auf der anderen Seite sind die Produkte sehr kompliziert und erklärungsbedürftig. Vor allem, weil es sich um eine Produktklasse handelt, die sich über alle Produktparten ausdehnt. Vom Bausparvertrag über Investmentfonds bis hin zur Lebensversicherung. Der Berater hat also viel mehr Aufklärungsarbeit zu leisten als normal. Er erhält andererseits aber aufgrund der geringen Beiträge, die im Verhältnis von 0,5 % zum Bruttolohn stehen, im Schnitt nur $\frac{1}{5}$ der Vergütung einer normalen Finanzberatung. Und diese Provisionen wiederum dürfen die Finanzdienstleistungsunternehmen nur über 10 Jahre verteilt in ihre Bücher nehmen. Hinzu kommen erhöhte Stornierungsrisiken und weitere Provisionsschmälerungen für die Berater und Finanzdienstleistungsunternehmen, weil das Riester-Modell Arbeitnehmern unkompliziert die Möglichkeit einräumt, zwischen den Anlagearten und Produktherstellern hin- und herzuwechseln und nahezu verlustfrei die bisher eingezahlten Beiträge umzubuchen.

Die Wirklichkeit zeigt also ganz deutlich, dass hoch erklärungsbedürftige Vorgänge nicht ohne kompetent ausgebildete Berater, die sich für den Kunden Zeit nehmen, funktionieren. Wenn aber hochkomplizierte Produkte andererseits deutlich geringer verprovisioniert werden, schwindet auch das Restinteresse der Berater, dieses solitär aktiv zu propagieren. Obwohl wir alle den Schritt der privat organisierten und geförderten deckungsorientierten Privatrente begrüßen, sehen wir hier eher schwarz. Es sei denn, dass durch die Reform die Bevormundung und Überregulierung wieder abgeschafft wird. In ca. einem Jahr haben nur 2 Mio. Menschen Verträge abgeschlossen, von denen viele ihren Kontrakt schon wieder storniert bzw. die Nachzertifizierung des Produktes nicht umgewandelt haben. Wie sollen dann jetzt die restlichen 30 Mio. Begünstigten in einem halben

Jahr diese Riesterverträge abschließen wollen und können?

**Wir antizipieren daraus,
dass sich der Effekt
der zusätzlichen
Altersversorgung auf
die betriebliche Alters-
versorgung verlagern wird.**

Deshalb antizipieren wir daraus, dass sich der Effekt der zusätzlichen Altersversorgung auf die betriebliche Altersversorgung verlagern wird. Deshalb haben wir für die kommenden Jahre zusätzliche Kapazitäten für den Ausbau von Beratungsdienstleistung in der betrieblichen Altersversorgung bereitgestellt. Unsere Kunden sind Arbeitnehmer und Angestellte von Unternehmen. Wir haben damit einen direkten Ansatzpunkt, um diesen Firmen und Unternehmen unsere breiteste Produktpalette durch schon jetzt 70 Spezialisten zur Verfügung zu stellen. Hier sind durch Gespräche mit den Personalchefs und der Buchhaltung bereits attraktive Vereinbarungen entstanden und zukünftige angebahnt. Hier geht es um sehr viele Großverträge, in denen teilweise hunderte Arbeitnehmer eingebunden sind. Damit sind wir dann aber auf jeden Fall Profiteur der Rentenreform.

Die Reform der gesetzlichen Rentenversicherung hat ja als Auswirkung nicht nur den gewünschten geförderten Abschluss von so genannten geförderten Riester-Produkten, sondern führt bei den Bürgern zu umfassenden Überlegungen zu allen Aspekten der Vorsorge- und der Vermögensbildung. Denn eines ist durch die Rentenreform deutlich geworden: Die Menschen wissen, dass der Full-Service durch den Staat vorbei ist. Die Menschen wissen jetzt aber auch, dass sie künftig individuellen Vermögensaufbau und Eigeninitiative bei Vorsorgeabsichten leisten müssen. Dieser Zusatzbedarf wird sich auch auf die gesetzliche Krankenversicherung ausdehnen, denn auch hier ist

auf die einerseits stark gestiegene Beitragslast bei gleichzeitig vermindertem Leistungsumfang die private Krankheitsabsicherung die bessere Lösung. Sei es als Voll- oder Zusatzversicherung.

Die Menschen wissen, dass der Full-Service durch den Staat vorbei ist.

Die Nachfrage nach kompetenter Finanzberatung steigt weiter an. Staatliche soziale Sicherungssysteme stoßen an ihre Grenzen. Eigenvorsorge ist notwendig und muss geplant werden. Realisierbare Bedarfe und individuelle Möglichkeiten sind fachkundig zu analysieren. Dieser Zukunftsmarkt der Finanzdienstleistungen verlangt ganzheitliche Beratung. Dies ist eine einzigartige Aufgabe. Dafür steht AWD.

Bereits im Oktober 2000 hat der AWD Vorstand Ihnen, meine sehr geehrten Damen und Herren, versprochen, den Emissionserlös von damals rund 500 Millionen Euro im Wesentlichen für den Ausbau unseres Geschäfts einzusetzen. Unser Geschäft ist skalierbar, daher sollte das solide organische Wachstum durch Wachstum mit Akquisitionen unterlegt und damit nachhaltig verstärkt und vor allem beschleunigt werden. Damit wollten wir unsere Position als unabhängige Finanzdienstleistungs-Gruppe und unsere Profitabilität ganz klar stärken. Dieses haben wir als einen klaren Auftrag, getragen vom Vertrauen in unser Geschäftsmodell, verstanden.

Ganz besonders freue ich mich deshalb, dass wir Ihnen heute, nach der Bekanntgabe des Zusammenschlusses von AWD und tecis am 27. Mai in Frankfurt, bereits die genauen Rahmenbedingungen des Angebotes vorlegen dürfen. Wir sind sehr dankbar, dass die neue Bundesaufsichtsbehörde für die Finanzdienstleistungsaufsicht die Angebotsunterlage so intensiv und gleichzeitig zügig geprüft hat.

Um die herausragende strategische und operative Logik des geplanten Zusammengehens zu verdeutlichen, möchte ich Ihnen vorab kurz das Profil von tecis vorstellen.

Unter den unabhängigen Finanzdienstleistern ist tecis das drittgrößte Unternehmen in Deutschland.

Das Unternehmen verfügt über ca. 1.500 Berater und mehr als 200.000 Kunden. Im letzten Jahr hat tecis einen Umsatz von 67,1 Mio. Euro erzielt bei einem Jahresüberschuss von 5,3 Mio. Euro. Betrachtet man die letzten drei Jahre, so weist das Unternehmen beeindruckende Wachstumsraten auf: durchschnittlich 31 % Umsatzsteigerung und 72 % Ergebnismachung nach Steuern. tecis ist ganz klar der Wachstumssieger unserer Branche.

Maßgeblich für diesen Zusammenschluss ist jedoch für uns, dass tecis die Vision und das Geschäftsmodell eines unabhängigen Finanzdienstleisters mit Fokus auf Distribution und eine umfassende Kundenberatung – gestützt auf qualitativ hohe Ausbildungsanforderungen – verfolgt und mit uns teilt. Gerade dies macht tecis für uns als Partner besonders interessant. In einem Satz: tecis ist ein Unternehmen, das seit langem hoch erfolgreich am Markt agiert und von seinem Geschäftsmodell ideal zu AWD passt.

Unter den unabhängigen Finanzdienstleistern ist tecis das drittgrößte Unternehmen in Deutschland.

Wo liegen unsere Gemeinsamkeiten im Einzelnen?

- ▷ tecis fokussiert sich wie wir auf unabhängige Beratung und Financial Planning.
- ▷ Die tecis-Berater sind wie unsere Finanzberater selbständige Unternehmer mit rein leistungsbezogener Vergütung.
- ▷ tecis steht, wie wir, für einen hochwertigen und ganzheitlichen Bera-

tungsansatz. Beide Unternehmen haben vergleichbare hohe Ausbildungsrichtlinien für ihre Berater.

- ▷ Viele unserer Produktpartner sind ebenfalls wichtige Produktpartner von tecis.
- ▷ Beide Unternehmen haben ähnliche Geschäftsprozesse im back-office Bereich.
- ▷ Nicht zuletzt ist tecis ausschließlich in Deutschland tätig – unserem Kernmarkt und gleichzeitig dem attraktivsten Markt für Finanzdienstleistungen in Europa.

Wir können also unsere Kernkompetenzen optimal bündeln.

Aus diesen Gründen sind wir davon überzeugt: Mit dem Zusammenschluss von tecis und AWD kommen zwei ideal zueinander passende Partner zusammen, die ihr Wachstum gemeinsam dynamisch vorantreiben und ihre Bedeutung im Markt noch weiter steigern werden.

Wir sind davon überzeugt: Mit dem Zusammenschluss von tecis und AWD kommen zwei ideal zueinander passende Partner zusammen.

Aufsichtsrat und Vorstand der tecis AG haben in ihrer offiziellen Stellungnahme zum Übernahmeangebot bestätigt, das Angebot voll zu unterstützen und den tecis-Aktionären die Annahme zu empfehlen. Der Vorstand von tecis wird seine Aufgaben auch nach erfolgreicher Verbindung beider Unternehmen weiterhin wahrnehmen.

Meine Damen und Herren, tecis und AWD passen aus unserer Sicht exzellent zueinander. Allerdings: Liebe allein ernährt uns und unsere Aktionäre nicht – was also bringt uns diese Transaktion?

Fünf Punkte sind für uns ausschlaggebend:

1. Sie ermöglicht uns eine erhebliche Erweiterung unseres Beraternetzes auf ca. 5.000 Berater.
2. Wir bauen zugleich unsere Kundenbasis auf 1 Mio. stark aus.

3. Wir verfügen über ca. 370 Repräsentanten alleine in Deutschland.
4. Unsere Distributionskraft entspricht 9 Mrd. € Bewertungssumme für Lebensversicherungen, wenn wir alleine die gemeinsamen letztjährigen Provisionsumsätze von gut 450 Mio. € ausschließlich diesem Produktsegment zurückrechnen würden.
5. Der Zusammenschluss mit tecis bedeutet eine wesentliche Stärkung unserer Markt- und Wettbewerbsposition in Deutschland als Basis für unsere weitere Expansion in Europa.

Durch den Zusammenschluss von tecis und AWD baut die AWD Gruppe ihre Position als der größte unabhängige Finanzdienstleister im attraktiven deutschen Markt – dem Markt, den wir am besten kennen – deutlich aus und vergrößert damit den Vorsprung gegenüber unserem nächsten Mitbewerber MLP Finanzdienstleistungen.

Schon heute können wir Ihnen allerdings mitteilen – die Transaktion rechnet sich für uns und unsere Aktionäre. So gehen wir selbst unter Berücksichtigung von einmaligen Integrationskosten davon aus, dass sich der Zusammenschluss von tecis und AWD bereits ab 2003 positiv auf den Gewinn pro Aktie auswirken wird.

Was haben wir hinsichtlich des Zusammenschlusses von tecis als Integration in die AWD Gruppe im Einzelnen vor?

Der Zusammenschluss mit tecis bedeutet eine wesentliche Stärkung unserer Markt- und Wettbewerbsposition in Deutschland.

Eines ist ganz klar und sinnvoll: Das erfolgreiche Geschäftsmodell von tecis wird fortgeführt. Der anerkannte Markenname von tecis wird beibehalten.

Durch das Zusammengehen von tecis und AWD sehen wir erhebliches

Synergiepotenzial in den folgenden drei Bereichen:

1. Die deutlich gestärkte Marktposition ermöglicht es uns, mit den Produktpartnern noch bessere Konditionen zu verhandeln.
2. Wir haben in den back-office Bereichen sehr ähnliche Funktionen und Prozesse und sind uns sicher, dass wir durch die Integration dieser back-office Funktionen signifikante Einsparungen erzielen werden.
3. Außerdem erhöht sich das Umsatzpotenzial durch den Abschluss zusätzlicher Verträge bei tecis Kunden.

Die Verbindung bietet unseren Mitarbeitern und Aktionären eine hoch attraktive Zukunftsperspektive und ist daher im besten Interesse aller.

Lassen Sie mich im Ergebnis hervorheben: Der Zusammenschluss von tecis und AWD ist sowohl strategisch als auch finanziell überzeugend, und trägt somit substantiell zur weiteren Stärkung unseres profitablen Wachstums bei. Die Verbindung bietet unseren Mitarbeitern und Aktionären eine hoch attraktive Zukunftsperspektive und ist daher im besten Interesse aller. AWD und tecis schaffen mit dieser Verbindung eine neue Kraft in der unabhängigen Finanzberatung – sprechen wir hier ruhig von der Bewegung der Unabhängigen –, die deren Wettbewerbsposition in Deutschland erheblich stärkt.

V. Ausblick

Die Märkte für Finanzdienstleistungen sind von der allgemeinen Konjunktorentwicklung nicht so intensiv abhängig wie Märkte für Industriegüter. Auch mit Blick auf das für 2002 zu erwartende, moderate wirtschaftliche Wachstum in den Kernmärkten von AWD ist gleichwohl davon auszugehen, dass eine gegen Jahresende absehbare kräftigere

wirtschaftliche Erholung wiederum ein überproportionales Wachstum des Finanzdienstleistungsmarktes ermöglichen wird.

Die grundsätzliche Frage ist, warum es bei uns gut läuft, während eine ganze Reihe Marktteilnehmer nicht unerhebliche Distributions- und Wachstumsprobleme hat? Wir sind uns sicher, dass unser unabhängiges Angebot und die umfassende Ausbildung unserer Berater es ermöglichen, einen Beratungs- und Betreuungsservice anzubieten, der von Banken und Versicherungen für unsere Zielgruppe der mittleren und gehobenen Privathaushalte regelmäßig nicht geboten wird. Deshalb werden wir weiter und schneller wachsen.

In Zeiten, in denen führende Wirtschaftsunternehmen Mitarbeiter entlassen, suchen wir neue Berater und geben hoch qualifizierten Fachleuten eine gute berufliche Perspektive.

Für unser weiteres Wachstum ist selbstverständlich auch der Ausbau der qualifizierten Beratermannschaft wichtig. Die Anzahl unserer Trainees ist ein ganz wesentlicher Frühindikator, inwieweit wir unser organisches Wachstum in den nächsten 12 Monaten realisieren können. Wir sind diesbezüglich sehr optimistisch, da derzeit unternehmensweit 1.300 Trainees an unserer Ausbildung zum Wirtschaftsberater teilnehmen. Bei erfolgreichem Abschluss ihrer Examina werden diese ihre Beratungstätigkeit aufnehmen.

AWD erwartet für das Geschäftsjahr 2002 erneut gute zweistellige Zuwachsraten beim Umsatz auf ca. 475 bis 500 Mio. € und eine operative Rendite von 8%.

AWD erwartet für das Geschäftsjahr 2002 daher erneut gute zweistellige Zuwachsraten beim Umsatz auf ca. 475 bis 500 Mio. € und eine operative Rendite von 8%.

Gestatten Sie mir, dass wir zu diesem Zeitpunkt noch nichts zu aktualisierten Zahlen durch das Zusammengehen mit tecis sagen können. Wir sind dazu zur Halbjahrespressekonferenz Ende August sicherlich besser in der Lage.

Die Konzentration auf den gehobenen Privathaushalt und das betriebliche Altersvorsorgegeschäft wird uns, dem neuen Unternehmen AWD und tecis, dabei weitere Marktanteile in hervorragenden Wachstumssegmenten erschließen. Für das Jahr 2004 streben wir auf Basis der insgesamt vorteilhaften Rahmenbedingungen für das Finanzdienstleistungsgeschäft in unseren vier Kernmärkten die Steigerung unseres Umsatzes auf ca. 800 Mio. € an. Damit werden wir das Geschäftsvolumen von AWD wiederum innerhalb von drei Jahren verdoppeln. Mit Kostendisziplin, Prozessoptimierungen und Integrationen innerhalb unseres Geschäftssystems wollen wir im Jahr 2004 unser Ergebnis überproportional auf eine zehnpromtente operative Marge steigern.

Wie geht es weiter am Finanzdienstleistungsmarkt? Neben unserer Ertragskraft und unserer starken Wettbewerbsposition zeigt sich zunehmend ein bisher kaum beachteter Vorteil unseres Geschäftsmodells. Wir sehen, dass die überwiegende Anzahl von Versicherungen, Banken und Kapitalanlagegesellschaften Probleme hat, ihr Kerngeschäft weiter auszuweiten. Das liegt teilweise an der eingeschränkten Produktpalette, teilweise an mangelnder Beratungskompetenz oder unzureichenden Servicekonzepten, insbesondere jedoch am Engpassfaktor Beratungs- und Be-

treuungskapazität. Zahlreiche Unternehmen werden deshalb die Fähigkeiten und die Kapazitäten unabhängiger Finanzdienstleister nutzen, um künftig ausreichenden und weiter steigenden Absatz zu realisieren. Der Zugang zum Kunden ist ein Engpass für andere, Kernelement jedoch von AWD. Ein knappes Gut, das unseren Wert weiter steigern wird. Deshalb bleibt die Investition in Unabhängigkeit, die Investition in AWD, attraktiv für Aktionäre, Mitarbeiter und vor allem für unsere Kunden.

An dieser Stelle danke ich von Herzen allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die unsere Idee der Unabhängigkeit mit Leben erfüllt haben. Im Vertrieb und in der Verwaltung. Den alten und den neuen Kollegen. Die Tür steht offen für Teamplayer mit Unternehmergeist.

Die Konsolidierungstendenzen der letzten Jahre werden auch nicht vor dem Finanzdienstleistungs- sektor Halt machen.

Die Konsolidierungstendenzen der letzten Jahre werden auch nicht vor dem Finanzdienstleistungssektor Halt machen. Wer am Markt bleiben will, muss eine Mindestgröße haben oder sich mit anderen zusammenschließen. Die Nachfrage nach unabhängigen Finanzdienstleistungen wird weiter wachsen und mit der Größe und unserem Gewicht am Markt auch unsere Chance, noch bessere Konditionen

bei den Produktherstellern zu erreichen.

Denn wir gehen davon aus, dass die Konsolidierung im Finanzdienstleistungsmarkt die unabhängigen, nicht gelisteten Gesellschaften in Deutschland noch schneller erreichen wird als bisher gedacht. Wir sehen es bei uns im Unternehmen: Die umfangreichen Investitionen in die Qualität unserer Ausbildung, die vielfältigen IT-Plattformen, Standardelemente wie Internet, Weiterbildung und Werbung.

Seit der Ankündigung des Zusammenschlusses mit tecis erreichten uns zahlreiche Anfragen von guten deutschen Finanzdienstleistern, ob sie sich unserer Bewegung der Unabhängigkeit nicht anschließen könnten. Sie haben verstanden, dass ein guter interaktiver Internetauftritt oder Beratungssoftware nicht teurer wird, wenn er von 1 anstatt 0,5 Mio. Kunden genutzt wird, aber für kleinere Finanzdienstleister mittlerweile unerschwinglich geworden ist.

Es wird schon bald Zeiten geben, in denen sich Produkte immer ähnlicher werden. Dann kommt es noch mehr auf die Beratungsqualität an, Finanzanalyse und Unabhängigkeit zum Wohle des Kunden anzubieten. Zuversichtlich, meine Damen und Herren, schauen wir in eine Zukunft, in der wir alles dafür tun werden, unsere Kernkompetenz, die unabhängige Beratung, und bedarfsorientiertes Financial Planning weiter auszubauen. Zum Wohle unserer Kunden, Mitarbeiter und Aktionäre!