

„Wir sind überzeugt, dass wir hinsichtlich der konjunkturellen Herausforderungen resilient und attraktiv für Kunden und Partner sind.“

Patrick Döring
Vorsitzender des Vorstands der Wertgarantie Group

Pressemappe

März 2023



Inhalte

Zusammenfassung

Übersicht des Geschäftsjahres 2022 der Wertgarantie Group 1

Entwicklungen, Hintergründe und Kennzahlen aus den Geschäftsbereichen

Trotz aller Herausforderungen nahezu im Plan..... 3

Die Wertgarantie Group in Zahlen..... 6

Starkes Wachstum unter erschwerten Bedingungen 7

Wertgarantie in Zahlen 9

Geschäftsfeld Bike lässt sich von Konjunktur nicht ausbremsen 10

Der Weg führt nach Europa – Eigentümerwechsel bei Agila 12

Ein krisenfester Arbeitgeber mit Blick für die Mitarbeitenden 14

„Der Nachhaltigkeitsaspekt einer Reparaturkostenversicherung
ist relevanter geworden“ 16

Dynamisch und agil dank digitaler Transformation 19

Zusammenfassung

Übersicht des Geschäftsjahres 2022 der Wertgarantie Group

- **1,8 Millionen Verträge im Neugeschäft**
- **Bestand bei über 7 Million Verträgen**
- **Mitarbeiterwachstum in der Unternehmensgruppe**

Das Geschäftsjahr 2022 hat die Wertgarantie Group mit einem Neugeschäft von 1,8 Millionen Verträgen abgeschlossen. Der Bestand wuchs um über 350.000 Verträge. Die Beitragseinnahmen lagen bei 373 Millionen Euro.

Beim Vertragsbestand gelang es mit 7,2 Millionen Verträgen in den Geschäftsbereichen CE und Bike einen Höchststand zu erzielen.

Die kombinierte Schaden-Kosten-Quote lag konzernübergreifend bei 84 Prozent.

Die Wertgarantie Group verzeichnete Schadenzahlungen in Höhe von 189 Millionen Euro.

Das Neugeschäft in den Auslandsmärkten lag mit über 720.000 Verträgen im Rahmen der Erwartungen.

Der Konzern erwirtschaftete einen Jahresüberschuss in der Größenordnung von 35 Millionen Euro. Auch als Arbeitgeber hat die Unternehmensgruppe im abgelaufenen Geschäftsjahr kräftig zulegen können: Die Zahl der Beschäftigten stieg bis zum Jahresende auf über 1.200.

Entwicklungen, Hintergründe und Kennzahlen aus den Geschäftsbereichen

Trotz aller Herausforderungen nahezu im Plan

- **Geschäftsfelder Consumer Electronics und Bike legen zu**
- **Fokus auf dem Heimatmarkt**
- **Agilaverkauf auf der Zielgraden**

„Wir sind als Unternehmensgruppe mit sehr großem Optimismus in das Jahr 2022 gestartet – in der Planungsannahme, dass uns Corona keine weiteren Einschränkungen beschert und wir ein relativ normales Jahr im Handel erleben“, blickt Patrick Döring, Vorsitzender des Wertgarantie-Vorstands, auf das Geschäftsjahr zurück. „Wir hatten die Erwartung, dass nach den turbulenten Pandemiezeiten eine gewisse Normalität eintritt. Diese Haltung hat sich am 24. Februar 2022 zerschlagen. Aus weltpolitischen Gründen werden wir lange auf das Jahr zurückblicken.“

Die Auswirkungen des mitten in Europa entfesselten Krieges sind gewaltig, aus unternehmerischer Sicht spürt man sie auch in der Mitte der Gesellschaft zum Beispiel beim Thema Konsumzurückhaltung, konkretisiert Patrick Döring. „Für uns als Unternehmensgruppe ist der wesentliche Punkt, dass wir dennoch sehr gut durch dieses Jahr gekommen sind.“

Die Wertgarantie Group hat das Geschäftsjahr mit insgesamt 1,8 Millionen Neuverträgen abgeschlossen. Damit ist man bei den Neuverträgen wieder auf dem Niveau des Vor-Corona-Jahres 2019. Beim Vertragsbestand gelang es mit 7,2 Millionen Verträgen in den Geschäftsbereichen CE und Bike einen Höchststand zu erzielen. Mit Blick auf das Vor-Corona-Jahr 2019 – das letzte planbare Jahr mit einem stabilen Konsumklima – ist es der Unternehmensgruppe gelungen, erfolgreich daran anzuschließen. „Mittlerweile sind wir glücklicherweise nahezu auf Planungsniveau. Und das, obwohl wir die ganzen Schocks abseits von Corona nicht eingeplant hatten“, unterstreicht Patrick Döring.

Insbesondere ist es Wertgarantie im Consumer Electronics-Bereich durch exzellente vertriebliche Arbeit gelungen, während der Coronapandemie eine große Anzahl neuer Partner zu gewinnen. Diese sind durchgestartet und haben im vergangenen Jahr zu den positiven Entwicklungen bei den Vertragszahlen beigetragen. Denn für

sie, wie für alle Partner, ist es elementar, profitabel zu arbeiten: Dienstleistungsvermarktung und Kundenbindung sind hier die Schlüssel zum Erfolg. „Die abnehmende Kundenfrequenz, die der Handel während der vergangenen Jahre zu verzeichnen hatte, birgt auch Chancen: die Kunden, die in das Geschäft kommen, ausführlich und intensiv zu beraten“, sagt Patrick Döring. „Die Zeit zu nutzen, um Zusatzerträge zu erarbeiten und im Kopf und der Erinnerung des Kunden zu bleiben, ist gerade in einer konjunkturell angespannten Lage überlebenswichtig!“

Höhere Betriebskosten bei Wärme und Strom, gestörte Lieferketten durch die Null-Covid-Strategie in China, Herausforderungen beim Personal und die anhaltende inflationäre Phase haben den Handel stark gefordert. Wertgarantie-Produkte sind unmittelbar sowohl im Segment Consumer Electronics als auch im Bereich Fahrrad- und E-Bike mit der Situation im Handel und damit dem privaten Konsum verbunden. „Wir fühlen uns gemeinsam mit unseren Partnern dennoch gut gerüstet: Wir sind mit den Themen ‚Reparieren statt Wegwerfen‘ und ‚Aktive Mobilität‘ in unseren beiden Säulen CE und Bike gut aufgestellt“, erläutert Patrick Döring. „Wir sind überzeugt, dass wir hinsichtlich der konjunkturellen Herausforderungen resilient und attraktiv für Kunden und Partner sind.“

Schon jetzt lässt sich ein verändertes Mobilitätsverhalten anhand der Entwicklung im Wertgarantie-Bereich Bike erkennen: Ein im Vorjahresvergleich 25-prozentiges Wachstum bei den Neuverträgen und der Rekordbestand zeigen, dass dieser Bereich weitestgehend abgekoppelt von konjunkturellen Fragen ist. „Wir sind sehr zuversichtlich, dass sich das weiter positiv entwickeln wird, eher abgekoppelt von den anderen Sorgen“, fasst der Vorstandsvorsitzende zusammen. Die Erwartung für das aktuelle Geschäftsjahr liegt daher bei einem deutlich zweistelligen Wachstum.

In der Aufteilung der Vertragsbestände gab es geschäftsfeldübergreifend 2022 eine Entwicklung in Richtung Heimatmarkt: Der deutsche Markt bleibt deutlich der stärkste Markt. Ungeachtet der Bestände konnte der Umsatzanteil des Auslandsgeschäftes auf nunmehr 17 Prozent gesteigert werden. „Auf unserem Heimatmarkt liegt der Fokus, hier ist die finanzielle Basis unseres Erfolges“, bekräftigt Patrick Döring. „Und dennoch, das was in anderen Märkten im Ausland gut läuft, übernehmen wir gerne in Deutschland. Genauso etablieren wir

zunehmend erfolgreich die vielen erfolgreichen Best-Practice-Beispiele aus Deutschland in Europa und bauen unsere belastbaren Partnerschaften z.B. mit Kundendienstorganisationen in allen Märkten aus.“

Hinsichtlich des zum 30.6.2022 auf den Weg gebrachten Verkaufs der Agila Tierversicherung AG an die Pinnacle Pet Group (PPG) mit Hauptsitz in England ist die Wertgarantie Group auf der Zielgeraden. Die PPG ist eine europaweite Plattform für Versicherungs- und Gesundheitsdienste für Haustiere. „Wir sind optimistisch, dass das Closing zeitnah vollzogen werden kann“, sagt Patrick Döring. Im vergangenen Jahr hatte die Wertgarantie Group ihre strategische Partnerschaft mit der Pinnacle Pet Group beschlossen und 100 Prozent der Anteile an der Agila Haustierversicherung AG an die PPG veräußert. Im Gegenzug beteiligt sich die Wertgarantie Group relevant an der Pinnacle Pet Group.

Die Wertgarantie Group hatte im vergangenen Geschäftsjahr Schadenaufwendungen von 189 Millionen Euro. Die Combined Ratio der Unternehmensgruppe lag bei 84 Prozent und damit erneut deutlich unter dem Zielwert von 90 Prozent. Die Beitragseinnahmen summierten sich auf 373 Millionen Euro. Konzernübergreifend lag der Überschuss im Geschäftsjahr 2022 in der Größenordnung von 35 Millionen Euro.

Positiv hat sich zudem die Zahl der Mitarbeitenden entwickelt: Europaweit sind über 1.200 Menschen bei einem Unternehmen der Wertgarantie Group angestellt. Am Standort in Hannover sind im 60. Jahr des Bestehens 770 Mitarbeitende beschäftigt. Die Aussichten im Geburtstagsjahr sind durchweg positiv: „Wir blicken optimistisch in unser hoffentlich störungs- und katastrophenfrees sechzigstes Jahr“, sagt der Vorstandsvorsitzende Patrick Döring. „Wir wollen unsere Idee von einem kundenorientierten, exzellenten Service in der Versicherungswirtschaft, mit einer exzellenten Partnerschaft zu unseren Vertriebs- und Schadenpartnern im Handel weiterentwickeln. Wir werden weiter wachsen mit technischer Intelligenz, mit digitalen Lösungen, mit vertrieblicher Power. Wir werden wachsen, auch weil wir überzeugt sind, mit unseren Produkten die Wünsche der Kunden zu erfüllen und zudem mit unserer Nachhaltigkeitsentwicklung den Zeitgeist treffen.“

Die WERTGARANTIE Group 2022 in Zahlen (in Klammern Geschäftsjahr 2021 inkl. Agila)*

Beitragseinnahmen	373 Mio. Euro (386 Mio. Euro)
Konzernjahresüberschuss	> 35 Mio. Euro (39 Mio. Euro)
Neuverträge	1,8 Mio. (1,6 Mio.)
Vertragsbestand	7,2 Mio. (7,25 Mio.)
Summe Schadenaufwendungen	189 Mio. Euro (223 Mio. Euro)
Combined Ratio	84 % (86,7 %)
Mitarbeiter	> 1.200 (1000)
davon Agila	93 (72)
Mitarbeiter Standort Hannover	770 (650)
davon Agila	93 (72)

*Hinweis: die Beitragseinnahmen und Schadenaufwendungen sind inkl. Agila für Q1 und Q2 dargestellt.

Starkes Wachstum unter erschwerten Bedingungen

- **Vertragsbestand CE auf dem Weg zu sieben Millionen**
- **Neue Vertriebsstruktur ermöglicht Spezialisierung**
- **Neuer Komplettschutz zum 60. Geburtstag**

Wertgarantie blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurück: Konjunkturellen Herausforderungen und einer angespannten gesamtwirtschaftlichen Lage setzt der Spezialversicherer eine erfolgreiche Bilanz entgegen: Das Neugeschäft liegt bei einem Plus von 20 Prozent und somit auf dem Vor-Corona-Niveau von 2019. Der Vertragsbestand im CE-Bereich liegt europaweit bei über 6,7 Millionen. „Allen Widrigkeiten zum Trotz hat Wertgarantie erneut ein starkes Wachstum erzielt. Gemeinsam mit unseren Partnern ist es gelungen, der Multi-Krisen-Situation erfolgreich zu begegnen“, ordnet Patrick Döring, Wertgarantie-Vorstandsvorsitzender, ein.

Starkes Wachstum trotz schwieriger Zeiten – so lässt sich das Geschäftsjahr 2022 des Spezialversicherers zusammenfassen. Wertgarantie ist es gelungen, in den vergangenen beiden Corona-Jahren insbesondere die Partnerbasis deutlich zu verstärken. Die Akquisitions-Erfolge sprechen mit mehr als 500 neuen Partnern für sich.

„Unsere Produkte sind unmittelbar mit der Situation im Handel und damit mit dem privaten Konsum verbunden“, sagt Patrick Döring. „Wir haben daher besonders die Herausforderungen unserer Partner im Fachhandel im Blick und bieten Unterstützung und Lösungen.“ Sinkende Margen bei steigenden Betriebskosten, schwieriges Konsumklima und hohe Fluktuationsraten bei den Beschäftigten im Einzelhandel – Wertgarantie kennt die Herausforderungen. Ertragssteigerung durch die Vermarktung der Wertgarantie-Produkte sowie eine starke Kundenbindung durch fundierte Beratung und Service im Handel sichern die Rendite und den langfristigen Erfolg. „Wir sind überzeugt, dass wir durch unsere Verlässlichkeit bei den Prämien und Provisionen unsere Partnerschaften im Handel halten und darüber hinaus ausbauen werden“, zeigt sich Patrick Döring optimistisch.

Wertgarantie setzt auf die enge, persönliche Betreuung der Partner, die Durchführung von Schulungs- und Trainingsveranstaltungen vor Ort sowie online. Für eine zukunftsorientierte Betreuung hat der Spezialversicherer zu Jahresbeginn eine neue Vertriebsstruktur etabliert. Bisher waren die Außendienst-Mitarbeiter in erster Linie erfolgreiche Generalisten: Strategische Gespräche mit Unternehmern, neue Partner gewinnen und aufbauen, Schulungen und Profi-Trainings durchführen – ein umfangreiches Aufgabengebiet, das Wertgarantie nun spezialisiert hat: Die Außen-Vertriebsmannschaft wurde in fünf Regionalverkaufsgebiete aufgeteilt, in denen das Vertriebsteam bei den Partnern die Chefgespräche führt und die Aktivpartner betreut. Im hybriden Schulungskonzept schulen und trainieren spezialisierte Präsenztrainer auf der Fläche vor Ort, zeitgleich wurde die Online-Akademie personell um weitere Online-Trainer aufgestockt. „Diese hybriden Schulungskonzepte aus E-Learnings, E-Trainings und Präsenzs Schulungen sind ein wesentlicher Erfolgsgarant für unsere Partner wie auch für uns“, sagt Patrick Döring.

„Partnerschaft mit dem Handel“ – dafür ist Wertgarantie in der Branche bekannt. Anfang der 1960er Jahre hatte Wertgarantie-Gründer Kurt Jodexnis die Idee, Fernseher und damit Technik für den Hausgebrauch zu versichern, was damals ebenso revolutionär wie visionär war. Von Fernsehern und Hausgeräten über das Fahrrad bis zum Smartphone – für jedes Produkt aus dem Portfolio bietet Wertgarantie eine echte Problemlösung für Kunden und Fachhandel. Mit dem neuesten Produkt, dem Geburtstags-Komplettschutz, setzt Wertgarantie im sechzigsten Jahr des Bestehens abermals ein Zeichen: Der neue Komplettschutz startet am 1. April und beinhaltet noch mehr Leistungen insbesondere mit Blick auf Gebrauchtgeräte.

Und auch neue Produkte wurden etabliert. So versichert Wertgarantie seit 2022 auch Uhren. Dank der maßgeschneiderten Wertgarantie-Uhrenschatz-Produkte ist es Juwelieren, Uhrmachern oder Uhrenhändlern möglich, ihren Kunden die umfangreichsten Garantieprodukte am Markt zu bieten, übrigens auch für gebrauchte Uhren: „Mit unserem Komplettschutz übernehmen wir die Kosten für Schäden, die auf unsachgemäße Handhabung, Fall/Sturz, Wasser/Feuchtigkeit oder Verschleiß zurückzuführen sind – und leisten damit weit mehr als die gesetzliche Gewährleistung oder Herstellergarantie“, verdeutlicht Patrick Döring. Die Juweliere

können im Schadenfall Reparaturen selbst durchführen und profitieren gleich mehrfach: Die reibungslose Abwicklung mit Wertgarantie stärkt die Kundenbindung, die kostenlose Reparatur bzw. der Austausch stellt die Kunden zufrieden. Reparaturen können zudem in der eigenen Werkstatt durchgeführt werden, durch die schnelle Schadensbearbeitung und Auszahlung innerhalb weniger Stunden sammeln die Partner Pluspunkte bei den wertvollen Kunden. Erste Erfahrungen machte der Spezialversicherer bereits durch die Versicherung von Smartwatches.

„Auch im Geburtstagsjahr lassen wir nicht nach“, bekräftigt Vorstandsvorsitzender Patrick Döring. „Mit unserer vertrieblichen Power, den Produkten, die die Wünsche der Kunden erfüllen und unserem überzeugenden Nachhaltigkeitsargument ‚Reparieren statt Wegwerfen‘ sind wir bestens aufgestellt und resilient hinsichtlich der konjunkturellen Herausforderungen!“

WERTGARANTIE 2022 in Zahlen (in Klammern Geschäftsjahr 2021)

Neuverträge CE	1,7 Mio. (1,5 Mio.)
Vertragsbestand CE	6,7 Mio. (6,5 Mio.)
Anzahl Partner	7.200 (7.100)
Reparaturquote CE	68 %

Geschäftsfeld Bike lässt sich von Konjunktur nicht ausbremsen

- **Starkes Plus bei Neuverträgen und Bestand**
- **Erfolgreiche Produktstrategie wird fortgesetzt**
- **Wechsel in der Bereichsleitung**

Der Fahrradmarkt befindet sich seit einigen Jahren auf steilem Wachstumskurs, die Corona-Pandemie hat diesen Kurs noch zusätzlich verstärkt. Spaß an der Bewegung und das Bewusstsein, nachhaltig mobil unterwegs zu sein, beides hat die Bereitschaft der Konsumenten hinsichtlich ihrer Ausgaben beeinflusst: Sie sind bereit, mehr Geld für ihre Räder auszugeben, legen gesteigerten Wert auf Qualität, Service und Dienstleistungen. Davon hat auch Wertgarantie erneut profitiert: „Wir blicken auf eine herausragende Entwicklung im Bereich Bike“, sagt Wertgarantie-Vorstandsvorsitzender Patrick Döring. „Die Fahrradbranche und wir als Partner des Fachhandels haben sich in den Pandemie-Jahren als absolut krisenfest bewiesen!“

Ein Plus von 25 Prozent beim Neugeschäft und ein Bestandswachstum von 20 Prozent beweisen, dass das Wertgarantie-Geschäftsfeld Bike unmittelbar am Branchentrend partizipieren konnte. „Es ist beeindruckend, wie das veränderte Mobilitätsverhalten unsere Aktivitäten im Segment Bike extrem positiv beeinflusst“, bekräftigt Patrick Döring. „Das Thema scheint von den konjunkturellen Fragen völlig abgekoppelt zu sein. Es wird sicher davon getrieben, wie teuer Treibstoff in der Zukunft sein wird, wie die Menschen sich fortbewegen wollen und wie viel mobiles Arbeiten nach Covid den Arbeitsalltag bestimmt.“ Beispielsweise nutzen mittlerweile immer mehr Arbeitnehmer verstärkt lukrative Dienstradmodelle und steigen vom Auto auf das Fahrrad oder E-Bike/Pedelec um.

Die dynamische Entwicklung des Marktes ist eng mit dem Fahrradfachhandel verbunden. Das beratungsintensive Produkt Fahrrad, insbesondere mit E-Antrieb, ist klar eine Domäne des fachkundigen Fahrradhandels. Aktuelle Studien prognostizieren, dass sich die Situation in den kommenden Jahren anhalten wird. Für Wertgarantie ist die Zusammenarbeit mit den Fachhandelspartnern wesentlich: Die bestehenden Vermarktungs- und Trainingskonzepte sind branchenweit einzigartig, bestätigt Georg Düsener, Wertgarantie-Bereichsleiter Bike: „Unsere

persönlichen Schulungs-, Trainings- und Coaching-Maßnahmen für unsere Vertriebspartner werden laufend optimiert. Auch unsere Online-Akademie wird stetig ausgebaut.“ Wertgarantie stellt den Fachhandelspartnern zudem digitale Lösungen zur Verfügung, damit sie perspektivisch auch in deren eigenen Online-Shops von der großen Nachfrage profitieren können. „Unsere erfolgreiche Produktstrategie wird dieses Jahr zudem mit einigen Optimierungen und Ergänzungen fortgesetzt“, sagt Georg Düsener. Passend zum diesjährigen 60-jährigen Geburtstag hat Wertgarantie bereits seinen Komplettschutz upgedatet. Der neue Aktions-Komplettschutz Bike gilt sowohl für Fahrräder als auch für E-Bikes/Pedelecs. Das macht die Vermarktung für die Partner im Fachhandel noch einfacher.

Um dem Segment Fahrrad innerhalb der Konzernstrategie eine eigenständige und fokussierte Entwicklung für die Zukunft zu ermöglichen, wurde im April 2022 die Wertgarantie Bike GmbH gegründet. „Im Zuge der Weiterentwicklung unseres Geschäftsbereichs arbeiten wir an einer nachhaltigen Bike-Vision. Denn wir wollen unsere Marktposition im immer stärker werdenden Marktumfeld ausbauen“, erklärt Georg Düsener, der nun zum April nach 25 Jahren bei Wertgarantie seinen Nachfolger einarbeiten wird und weiterhin den Vertriebsaußendienst in Deutschland und Österreich leitet.

Die Bereichsleitung wird ab dem 1. April 2023 Sören Hirsch als ausgewiesener Experte der Fahrradbranche übernehmen. Neun Jahre lang war er bei einem Mitbewerber tätig, sechs Jahre davon als Vertriebsleiter sowie in letzter Position als Geschäftsführer. „Wir sind sicher, mit Sören Hirsch einen kompetenten Nachfolger für Georg Düsener gefunden zu haben“, bekräftigt Wertgarantie-Vorstandsvorsitzender Patrick Döring. „Die Marktaussichten, die Entwicklung in der Branche sowie unsere Stärke bei Produkten, Digitalisierung und Nähe zum Fachhandel stimmen mich sehr zuversichtlich, dass wir 2023 mit großem Wachstum abschließen werden.“

Der Weg führt nach Europa – Eigentümerwechsel bei Agila

- Plus im Neugeschäft und Bestandswachstum
- Agila ist Teil der Pinnacle Pet Group
- Wertgarantie wird Aktionär

Im Jahr 2022 (Stichtag 30.6.) hat die Wertgarantie Group eine strategische Partnerschaft mit der die Pinnacle Pet Group (PPG) beschlossen und 100 Prozent der Anteile an der Agila Haustierversicherung AG an die Gruppe veräußert. Im Gegenzug beteiligt sich die Wertgarantie Group an der Pinnacle Pet Group, der europaweiten Plattform für Versicherungs- und Gesundheitsdienste für Haustiere. „Agila ist Marktführer in Deutschland. Mit dem Eigentümerwechsel ist es gelungen, nicht nur dem stärker werdenden Druck auf dem deutschen Markt standzuhalten, auch die europäische Expansion kann vorangetrieben werden“, ordnet Patrick Döring, bisheriger Agila-Vorstand, ein.

Seit dem Unternehmensstart 1994 hat es die Versicherung geschafft, sich mit einem überzeugenden Angebot, neuen Vertriebswegen und einer Fokussierung auf digitale Prozesse an die Spitze der Tierversicherer zu setzen. Im vergangenen Jahr verzeichnete Agila mit erstmals mehr als 100.000 Verträgen im Neugeschäft ein Plus von 16 Prozent. Der Vertragsbestand erzielte einen Höchstwert und lag zum Jahresende bei knapp 430.000. „Die Zahlen bestätigen den Aufwärtstrend und die verstärkte Nachfrage nach Versicherungen für Hunde und Katzen. Aus der Nische, in der wir einmal angefangen haben, ist mittlerweile ein großer, offener Raum geworden, in dem sich viele Mitbewerber aufhalten“, ordnet Patrick Döring ein. „Wir glauben an die Wachstumsstrategie der Agila und an die Chancen, die mit der Übertragung an den neuen Eigentümer bestehen.“

Die Wertgarantie Group kann über eine Beteiligung an der Pinnacle Pet Group mitwirken und die jahrelange Kompetenz einbringen. Agila hat im Laufe der Jahre kontinuierlich seine Produkte aufgrund der Erfahrung angepasst: Beispielsweise wurden Rassegruppen mit unterschiedlichen Beiträgen eingeführt. Dies trägt dem Umstand Rechnung, dass einige Tiere aufgrund ihrer Aufzucht anfälliger für bestimmte Erkrankungen sind. Zudem wurden in einigen Tarifen Leistungsgrenzen gesetzt und die Beiträge der Kostensituation angepasst. Die aktuellen

Entwicklungen im Bereich der Tiermedizin immer im Blick, hatte Agila Anfang 2020 als erster Anbieter auf dem Markt die Versicherungstarife an den neusten Stand der GOT („Gebührenordnung für Tierärzte“) angepasst. Zudem wurden die Tarife um eine Abdeckung von Telediagnostik und Teletherapie erweitert und berücksichtigen somit auch die neusten Trends in der tiermedizinischen Behandlung. Eine erneute Anpassung an die seit November 2022 in Kraft getretene GOT wird aber in 2023 unvermeidlich sein.

Für die über 90 Mitarbeitenden der Agila haben der Betriebsrat, die Geschäftsführung und der neue Eigentümer einen Interessenausgleich vereinbart. Alle Mitarbeitenden bleiben am Standort Hannover und in enger räumlicher Nähe zur Wertgarantie Group in der Breite Straße. „Hinsichtlich des Closings befinden wir uns auf der Zielgeraden, es fehlen nur noch behördliche Genehmigungen“, sagt Patrick Döring, der zukünftig im Aufsichtsrat der Pinnacle Pet Group vertreten sein wird.

Ein krisenfester Arbeitgeber mit Blick für die Mitarbeitenden

- Weiterhin Wachstum beim Personal
- Positives Feedback bei Befragung der Mitarbeitenden
- Mitarbeitende entwickeln nachhaltiges Bonussystem

Ein gutes Gehaltsangebot ist im Wettbewerb um Fachkräfte allein nicht mehr ausreichend. Soziale Benefits, Weiterbildungsmöglichkeiten, ausgeglichene Work-Life-Balance – es gibt gute Gründe, die den Ausschlag bei der Entscheidung für einen Arbeitgeber geben. „Die Zahl der Mitarbeitenden in der Unternehmensgruppe steigt seit Jahren“, sagt Susann Richter. Sie ist als Wertgarantie-Vorständin unter anderem für das Ressort Human Resources verantwortlich. „Am Standort Hannover haben wir ein Mitarbeiterwachstum von fast über zehn Prozent. Das zeigt, dass wir krisenfest sind und als Arbeitgeber gut durch die volatile Zeit kommen.“

Das stetige Personal-Wachstum spricht dafür, dass es der Wertgarantie Group gelingt, sich sichtbar auf dem Arbeitsmarkt zu positionieren. Über 1.200 Mitarbeitende sind in der Wertgarantie Group tätig. Sie alle haben sich für einen sicheren, abwechslungsreichen Arbeitsplatz in einem stabil wachsenden, gesunden Unternehmen entschieden, erklärt Susann Richter: „Unsere Belegschaft ist agil und tatkräftig. Uns zeichnet eine ausgeglichene Geschlechterverteilung und eine im Branchendurchschnitt außerordentliche Teilzeitquote aus. Zudem ermöglichen wir flexible Arbeitszeitmodelle, durch die wir die Gesundheit unserer Mitarbeitenden fördern sowie Chancengleichheit und die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ermöglichen.“

In der deutschen Versicherungsbranche gehört die Wertgarantie Group mit ihrem innovativen Nachhaltigkeits- und Erfolgs-Bonussystem „NEBO“ zu den ersten, die ein System für Mitarbeitende entwickelt haben, das Unternehmensziele mit Nachhaltigkeit und Teilhabe der Belegschaft verknüpft. Durch das attraktive und zeitgemäße Teilhabekonzept „NEBO“ erhalten die Mitarbeitenden eine zielorientierte Prämie und tragen zudem unmittelbar zur Erreichung der Nachhaltigkeitsziele und zum Unternehmenserfolg bei. Bei der Entwicklung waren

maßgeblich Mitarbeitende aus unterschiedlichsten Unternehmensbereichen in einer Arbeitsgruppe beteiligt.

Ein wichtiges Signal gegen den Fachkräftemangel setzt die Wertgarantie Group mit der einhundertprozentigen Übernahme der Auszubildenden – aktuell sind es 14 Auszubildende – und die vielfältigen Möglichkeiten der Mitarbeiterweiterbildung. Über 1.300 Weiterbildungstage haben die Mitarbeitenden 2022 wahrgenommen.

Die Rückmeldungen aus der Belegschaft fallen entsprechend positiv aus: Über 80 Prozent der Mitarbeitenden haben im vergangenen Jahr ihre Meinung bei einer anonymen Umfrage zur Mitarbeiterzufriedenheit durch einen externen Dienstleister kundgetan. „Nicht nur die Teilnahmebegeisterung hat uns gefreut“, erklärt Susann Richter. „Besonders positiv ist, dass wir in allen Kriterien – Gesundheit, Motivation, Bindung – sowie als Gesamtunternehmen über dem Schnitt vergleichbarer Unternehmen liegen.“

Weitere Anerkennung gab in Form von Auszeichnungen: Beim InnoWard, dem Bildungspreis der deutschen Versicherungswirtschaft, wurde die Wertgarantie Group in der Kategorie „Berufliche Erstausbildung“ ausgezeichnet. Gewohnt souverän gab es die Auszeichnung des Wirtschaftsmagazins Capital zum besten Ausbilder – bereits zum vierten Mal in Folge. Zum zweiten Mal konnte der Leading Employer Award in Empfang genommen werden, damit gehört die Wertgarantie Group zu den Top ein Prozent der Arbeitgeber in Deutschland. „Einer der großen Erfolgsfaktoren unserer Unternehmensgruppe sind unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter“, sagt Susann Richter. „Wir sehen Themen wie Weiterbildung, flexible Arbeitszeitmodelle, Mitarbeiterbeteiligungs- und Erfolgsbonussysteme – oder ganz praktisch die Auszahlung der Inflationsprämie in maximaler Höhe – als elementare Investitionen, um den Erfolg der Unternehmensgruppe zu sichern und weiter auszubauen.“

„Der Nachhaltigkeitsaspekt einer Reparaturkostenversicherung ist relevanter geworden“

- **Versicherte Geräte werden signifikant häufiger repariert**
- **Nachhaltigkeits- und Erfolgsbonus für Mitarbeitende**
- **Verlängerte Gerätenutzungsdauer trägt zur Kreislaufwirtschaft bei**

Anfang der 1960er Jahre hatte Wertgarantie-Gründer Kurt Jodexnis die Idee, Fernseher und damit erstmals Technik für den häuslichen Gebrauch zu versichern. Das war damals ebenso revolutionär wie visionär. Wertgarantie versichert mittlerweile im 60. Jahr seit Unternehmensgründung die technischen Geräte, die täglich genutzt werden – und die irgendwann zu Elektroschrott werden. Von der Waschmaschine über den Fernseher und den Kaffeevollautomaten bis zu Smartphone und Laptop, der Spezialversicherer verlängert mit seiner Reparaturkostenversicherung die Lebensdauer dieser Geräte. Die größten Wirkpotentiale von Wertgarantie entfalten sich also durch die Reparatur defekter Elektrogeräte.

Diese DNA des Geschäftsmodells als Reparaturkostenversicherung hat in den vergangenen Jahren an gesellschaftlicher Bedeutung zugenommen, verdeutlicht Wertgarantie-Vorstand Konrad Lehmann: „Wir zeigen durch unser umfassendes Nachhaltigkeitsengagement, das sich durch alle Unternehmensbereiche zieht, dass wir authentisch für Nachhaltigkeit stehen und ein Versicherungsprodukt anbieten, das die Nutzungszeit von Geräten signifikant verlängert und damit ein wichtiger Schritt in die Kreislaufwirtschaft ist.“

Wertgarantie setzt sich mit seiner Nachhaltigkeitsstrategie aktiv für eine nachhaltige Entwicklung der Unternehmensgruppe ein. Die für die relevanten Handlungsfelder Kunden und Produkte, Mitarbeitende, Unternehmensführung und Geschäftsbetrieb gesetzten Ziele und KPIs wurden im vergangenen Geschäftsjahr erreicht, blickt Konrad Lehmann zurück. „Darunter ist auch der für die Mitarbeitenden konzipierte und 2022 ausgerollte Nachhaltigkeits- und Erfolgsbonus. Die Reduzierung des CO₂-Fußabdrucks pro Mitarbeitenden ist zum Beispiel einer von vier Parametern dieses innovativen Nachhaltigkeits- und

Erfolgsbonussystems. Die Mitarbeitenden bringen ihren persönlichen Beitrag ein und profitieren so jährlich in Form einer Bonuszahlung vom Engagement aller.“

Dem Ziel, mit den Produkten und Dienstleistungen einen positiven Beitrag für die Kunden, das Unternehmen und die Umwelt zu leisten, konnte man auch durch die Wertgarantie-Reparaturquoten gerecht werden. „Durch nahezu unbegrenzte Warenverfügbarkeit ist unsere Konsumgesellschaft zur Wegwerfgesellschaft geworden. Im Sinne der Kreislaufwirtschaft und Müllvermeidung soll heute die Gerätenutzungsdauer durch Reparaturen verlängert werden. Aktuell liegen wir bei einer Reparaturquote von 68 Prozent im Geschäftsbereich Konsumelektronik und bei 97 Prozent im Geschäftsbereich Bike“, verdeutlicht Wertgarantie-Vorstand Konrad Lehmann und unterstreicht: „Versicherte Geräte werden dreimal so oft repariert wie nicht versicherte. Dies belegt den Umweltschutzaspekt, den unser Versicherungsprodukt hat.“

Die Positionierung beim Thema Elektroschrott umfasst mehrere Dimensionen: Die methodisch einzigartige Studie „Reparieren statt Wegwerfen“ zeigt die Fakten zum Problem Elektroschrott repräsentativ für Deutschland und Österreich. Die Roadshow und die PR-Arbeit mit dem Kunstwerk „Wertgigant“ des international bekannten Umwelt-Künstlers HA Schult haben die Öffentlichkeit in Deutschland und Österreich auch 2022 für das Elektroschrottproblem sensibilisiert. Die auf bewussten Konsum ausgelegten Vertriebsargumente und Werbemittel helfen den Fachhandelspartnern, am POS auf die Kundenwünsche nach nachhaltigeren Produkten einzugehen.

Das Kunstwerk Wertgigant und die gute Botschaft „Mit Wertgarantie die Umwelt schützen und Elektroschrott vermeiden“ wirken sinnstiftend und tragen auch zur Mitarbeiterbindung bei. Die plakative Inszenierung des Elektroschrott-Problems hat eine enorme Identifikation der Mitarbeiter bewirkt. „Zudem beeindruckt es nach außen im Rahmen unserer Arbeitgebermarketing-Maßnahmen neue Bewerber“, sagt Konrad Lehmann und fasst abschließend zusammen: „Der Nachhaltigkeitsaspekt einer Reparaturkostenversicherung ist durch das veränderte Umweltbewusstsein relevanter geworden – diese Chance haben wir erkannt und genutzt. Unser Ziel bleibt, mit unseren Produkten und Dienstleistungen zu einer

nachhaltigen Entwicklung beizutragen und gleichzeitig negative Auswirkungen der Geschäftstätigkeit auf die Umwelt zu minimieren.“

Dynamisch und agil dank digitaler Transformation

- **Konzernjahresüberschuss 35 Millionen Euro**
- **Digitalisierung im Fokus**
- **Attraktive zukunftssichere Arbeitsplätze in der Unternehmensgruppe**

Unternehmen, die sich digital gut aufgestellt haben, verfügen über bessere Chancen in Krisenzeiten. Insbesondere die Corona-Pandemie hat deutlich gemacht, welche Bedeutung digitale Transformation in Unternehmen hat. „Wir sind in der guten Ausgangslage, dass das Thema Digitalisierung in der Unternehmensgruppe schon sehr lange nicht als abstrakte Bedrohung, sondern als Chance wahrgenommen wird“, sagt Udo Buermeyer, Vorstand Finanzen & IT. „Ob Direktgeschäft oder Self-Services, Vertrieb oder Kundenmanagement: Das vergangene Geschäftsjahr war geprägt von vielen Erleichterungen, die uns die Digitalisierung ermöglicht hat!“

Der Wertgarantie Group ist es nicht nur gelungen, einen Konzernjahresüberschuss in der Größenordnung von 35 Millionen Euro zu erzielen, in vielen Unternehmensbereichen gelang es zudem, insbesondere durch Digitalisierung von Prozessen, Mehrwerte für Mitarbeiter, Kunden und Partner zu generieren. Beispielsweise konnten digitale Antragsstrecken für Produkte im Bike-Bereich in Betrieb genommen werden. Hiervon profitieren die Partner im Handel gleich mehrfach, indem sie wertvolle Zeit bei der Antragserfassung sparen – Zeit, die sie für ihre Verkaufs- und Beratungsgespräche effektiv nutzen können. Darüber hinaus ermöglicht eine neue digitale Diebstahlabwicklung die bequeme Abwicklung der Schadensfälle für die Kunden. Weitere Ausbaustufen sind hier vorgesehen.

„Die Digitalisierung hat in der Unternehmensgruppe vieles vereinfacht. Partner, Kunden und nicht zuletzt unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter profitieren von der großen Bedeutung, die wir dem Thema zukommen lassen. Prozesse, Produkte, Vernetzung – in allen Dimensionen liegt unser Augenmerk auf der Frage ‚Wie können wir die Arbeit vereinfachen?‘“, sagt Udo Buermeyer.

Investitionen in eine zukunftssichere IT-Infrastruktur wurden nach der Schaffung eines weiteren Rechenzentrums auch im vergangenen Jahr weiter vorangetrieben, beispielsweise im Bereich Technical Management mit der kompletten Umstellung auf eine digitale Kommunikation.

Darüber hinaus werden den Mitarbeitenden der Wertgarantie Group performante technische und digitale Lösungen für ihre Arbeit zu Verfügung gestellt. „Wir bieten an unseren Standorten attraktive und aufgabenspezifische Arbeitsplätze“, sagt Udo Buermeyer.

Am Standort Hannover wird bereits Desksharing zum agilen Arbeiten umgesetzt. „Wir haben ein kollaboratives Umfeld am Arbeitsplatz geschaffen. Durch die gemeinsame flexible Nutzung des Arbeitsplatzes können unsere Mitarbeitenden mit einer viel größeren Vielfalt von Kollegen unkompliziert interagieren“, sagt Udo Buermeyer. Die Unternehmensgruppe ist mit dem optimierten Nutzungskonzept in der Lage, die Wünsche der Belegschaft an einen klassischen, modernen Büroarbeitsplatz, aber auch an die Möglichkeit des mobilen Arbeitens, bestmöglich umzusetzen, verdeutlicht Wertgarantie-Vorstand Udo Buermeyer. „Unser Angebot des agilen Arbeitens trägt dazu bei, Mitarbeitende durch die Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben zu gewinnen, zu motivieren und dauerhaft zu binden. Die Digitalisierung und unser digitaler Wandel haben somit letztendlich nicht nur unsere Arbeitsweisen, sondern auch unsere Arbeitsplätze verändert.“

Ansprechpartner für die Medien:

Ulrike Braungardt | Abteilungsleiterin Unternehmenskommunikation | Tel: 0049 511 71280-128 | E-Mail: u.braungardt@Wertgarantie.com

Marc Höppner | Manager Public Relations | Tel: 0049 511 71280-556 | E-Mail: m.hoepfner@Wertgarantie.com

Die Wertgarantie Group ist ein in 60 Jahren gewachsener Konzern für Versicherungen. Mit Agila, Wertgarantie, der Société Française de Garantie sowie Garante kommen Spezialversicherer und Garantiedienstleister unter einem Dach zusammen. Kunden aus sieben Ländern Europas nutzen die Produkte der Versicherungsgruppe mit Hauptsitz in Hannover und einem Bestand von derzeit 7,2 Millionen Kunden. In der Unternehmensgruppe werden seit 1963 neben Haushalts- und Konsumelektronik auch Fahrräder, E-Bikes und E-Scooter sowie Haustiere, Smart Home-Anlagen, Hörgeräte und Hausleitungen versichert.

www.wertgarantie-group.com