

„Ein extrem hartes und extrem erfolgreiches Geschäftsjahr liegt hinter uns. Trotz trüber Konjunkturaussichten schauen wir mit viel Optimismus und großen Erwartungen nach vorne.“

*Patrick Döring
Vorstandsvorsitzender Wertgarantie*

Pressemappe

März 2024



Inhalte

Zusammenfassung

Übersicht des Geschäftsjahres 2023 der Wertgarantie Group	1
---	---

Entwicklungen, Hintergründe und Kennzahlen aus den Geschäftsbereichen

Erfolgreiches Geschäftsjahr in einem konjunkturell schwierigen Jahr	3
Die Wertgarantie Group 2023 in Zahlen	6
Nicht nur der 60. Geburtstag bietet Grund zum Feiern	7
Wertgarantie 2023 in Zahlen	9
Geschäftsbereich Bike setzt Meilensteine	10
Attraktiv für neue Talente: die Wertgarantie Group als Arbeitgeber	12
IT-Strategie sichert langfristigen Erfolg	14
Der Einsatz für Reparaturen – notwendiger denn je	16

Zusammenfassung

Übersicht des Geschäftsjahres 2023 der Wertgarantie Group

- Das Geschäftsjahr 2023 hat die Wertgarantie Group mit einem Neugeschäft von 2 Millionen Verträgen abgeschlossen.
- Der Bestand wuchs um über 800.000 Verträge. Die Beitragseinnahmen lagen bei 352,5 Millionen Euro.
- Die kombinierte Schaden-Kosten-Quote lag konzernübergreifend bei 92,6 Prozent.
- In den Geschäftsfeldern CE und Bike steht mit 8 Millionen Verträgen ein neuer Rekordbestand zu Buche.
- Die Wertgarantie Group verzeichnete Schadenzahlungen in Höhe von 188 Millionen Euro.
- Positives Geschäft in den Auslandsmärkten, allein in Österreich Wachstum von mehr als 100.000 Verträgen.
- Der Konzern erwirtschaftete einen Jahresüberschuss von 60 Millionen Euro.

Entwicklungen, Hintergründe und Kennzahlen aus den Geschäftsbereichen

Erfolgreiches Geschäftsjahr in einem konjunkturell schwierigen Jahr

- **Rekord beim Neugeschäft im Geschäftsfeld CE**
- **Neuer Meilenstein mit über 27 Prozent Bestandswachstum im Geschäftsfeld Bike**
- **Fachkräfte entscheiden sich für die Unternehmensgruppe**

„Hinter uns liegt ein Jahr harter und erfolgreicher Arbeit: Das Geschäftsjahr im Bereich CE haben wir mit über 1,8 Million Verträgen im Neugeschäft abgeschlossen. Im Geschäftsfeld Bike gibt es bei den Neuverträgen ein Plus von 50 Prozent – beides vor dem Hintergrund der konjunkturellen Herausforderungen, die uns 2023 und auch dieses Jahr noch in Deutschland beschäftigen“, blickt Patrick Döring, Wertgarantie-Vorstandsvorsitzender, auf das vergangene Jahr zurück.

Der Wertgarantie Group ist es gelungen, ihre ambitionierten Wachstumsziele zu erreichen – und in allen Bereichen die Planungen sogar zu übertreffen. Geschäftsfeldübergreifend hat die Unternehmensgruppe das Geschäftsjahr mit 2 Millionen Neuverträgen abgeschlossen. In den Geschäftsfeldern CE und Bike steht mit 8 Millionen Verträgen ein neuer Rekordbestand zu Buche. „Wir haben uns erfolgreich in unseren Märkten behauptet. Das ist eine gute Nachricht“, ordnet Patrick Döring ein. „Dennoch: Wir agieren in einem Umfeld, in dem es konjunkturell nicht gut aussieht in Deutschland!“

Das stagnierende, in einigen Segmenten sogar rückläufige, Wachstum in Deutschland wird aufmerksam in der Unternehmensgruppe, in der vor allem Konsumgüter Versicherungsgegenstand sind, registriert: Allein der CE-Markt in Deutschland hatte im vergangenen Jahr in den ersten drei Quartalen einen Rückgang von sechs Prozent verkraften müssen, verdeutlicht Patrick Döring: „Umso erfreulicher und anerkennenswerter ist es, dass wir uns als Wertgarantie deutlich anders positioniert haben und stark zulegen konnten!“

Nahezu 7,4 Millionen Verträge im CE-Bereich, das entspricht einer Steigerung von 10 Prozent, ist neuer Höchstwert und zeigt die Stärke, mit der sich Wertgarantie

2023 behauptet hat. Im 60. Jahr des Bestehens ist es Wertgarantie gelungen, die Basis der Partner durch engagierte und persönliche vertriebliche Arbeit weiter zu festigen und darüber hinaus auszubauen.

Rekordwerte verzeichnet ebenfalls das Geschäftsfeld Bike: Im Neugeschäft hat Wertgarantie hier um nahezu 50 Prozent zulegen können. Der Gesamtbestand ist über 27 Prozent angewachsen, auf über 600.000 Kundinnen und Kunden zum Ende des Jahres. „Neben der großen Dynamik in diesem Markt hat sich hier ausgezahlt, dass wir konsequent während der Pandemie neue Partner gewonnen haben und nun gemeinsam die vorhandenen Potentiale heben“, erklärt Patrick Döring. Der Zuwachs auf Vertragsseite zeigt sich ebenfalls in gestiegenen Beitragseinnahmen. Die Gesamtsumme der Schäden, die der Versicherer für seine Kunden begleichen konnte, stieg stark an: Neben der Verteuerung der einzelnen Schäden – resultierend auch durch die inflationären Tendenzen – haben die Fälle von Diebstahl im vergangenen Jahr deutlich zugenommen: Durch die steigenden Investitionskosten der Kundinnen und Kunden in ihre Räder sind entsprechend auch bei Wertgarantie die Kosten für Entschädigungen in diesen Fällen angestiegen.

Der Kernmarkt der Wertgarantie Group bleibt Deutschland. Während die verhaltene Konjunktur, deren schwache Entwicklung und ein getrübtetes Geschäftsklima in Deutschland deutlich auf den Märkten spürbar sind, zeigt das Auslandsgeschäft den Trend hin zu einer leichten allmählichen Erholung der europäischen Wirtschaft, verdeutlicht Patrick Döring: „In Frankreich, Belgien und Luxemburg ist es uns gelungen, hohe Stückzahlen bei unseren Garantieverlängerungen zu erzielen. Die Entwicklung in Spanien ist ebenfalls äußerst positiv verlaufen. Gleiches gilt für die Niederlande. Ein Ausreißer im positiven Sinn ist unser Geschäft in Österreich: Dort haben wir mit mehr als 100.000 Verträgen ein gigantisches Wachstum organisiert!“

Die ungebrochene Attraktivität der Wertgarantie Group als Arbeitgeber hat sich im vergangenen Jahr auch bei den Mitarbeitendenzahlen gezeigt: Über 1.200 Menschen sind in der Unternehmensgruppe tätig. Am Hauptsitz der Unternehmensgruppe in Hannover sind über 750 Mitarbeitende beschäftigt. „Die kontinuierliche Steigerung unserer Belegschaft ist ein deutliches Zeichen dafür, dass

es uns gelingt, als erstklassiger Arbeitgeber wahrgenommen zu werden“, sagt Patrick Döring. „Mit unseren Entwicklungsmöglichkeiten, unseren Benefits und unserem wertschätzenden Arbeitsumfeld können wir talentierte Fachkräfte für eine Karriere in der Unternehmensgruppe begeistern.“

Unter Beteiligung zahlreicher Mitarbeitenden hat die Wertgarantie Group ihren Purpose, einen verbindlichen Leitgedanken, entwickelt: „Wir schützen nachhaltig, was für dich zählt – partnerschaftlich, fair, flexibel.“ – so lautet die verdichtete Essenz. „Wir sind davon überzeugt, dass wir mit unserem Purpose eine solide Grundlage für unsere zukünftige Zusammenarbeit geschaffen haben. Ich bin vor allem deshalb vom Purpose überzeugt, weil wir alle gemeinsam mutig vorangehen und ihn als verbindlichen Anspruch begreifen“, sagt Vorstandsvorsitzender Patrick Döring.

Ein weiterer wesentlicher Grund der positiven Entwicklungen in der Unternehmensgruppe sind die zufriedenen Kundinnen und Kunden. Die herausragende Kundenstabilität hat die Unternehmensgruppe durch die Pandemie getragen, das dynamische Neugeschäft und die hohe Zufriedenheit sichern auch weiterhin die hervorragende Position auf den Märkten, hebt Patrick Döring hervor: „Unsere Erreichbarkeit für unsere Kunden liegt bei mehr als 70 Prozent, unsere Antwortzeit bei weniger als 48 Stunden. Wir haben eine starke Kundendienstorganisation am Standort Hannover aufgebaut und sind weitestgehend unabhängig von externen Dienstleistern, das sichert unsere Qualität!“ Die Kundinnen und Kunden haben die exzellente Serviceleistung in diesem Jahr mit der Note 1,51 erneut bestätigt.

Das Konzernergebnis von 60 Millionen Euro – hier hat der 2023 erfolgreich abgewickelte Verkauf der Agila AG einen deutlich positiven Effekt – markiert das erfolgreichste Geschäftsjahr der Geschichte. Die erzielten Erfolge, gerade auch in konjunkturell schwierigen und wirtschaftlich unsicheren Zeiten, lassen Patrick Döring zuversichtlich auf die Entwicklung der Unternehmensgruppe vorausblicken: „Unsere Position im Markt ist gefestigter denn je. Wir sind optimistisch, dass der ein oder andere Einschlag, der national und international das Bild trübt, uns nicht

so stark trifft, wie das in anderen Industrien und Unternehmen der Fall ist. Wir sind sicher, dass wir unsere Erfolgsstory fortsetzen werden!“

Die WERTGARANTIE Group 2023 in Zahlen (in Klammern Geschäftsjahr 2022)

Beitragseinnahmen	352,5 Mio. Euro (373 Mio. Euro*)
Konzernjahresüberschuss	60 Mio. Euro (35 Mio. Euro)
Neuverträge	2 Mio. (1,8 Mio.)
Vertragsbestand	8 Mio. (7,2 Mio.)
Summe Schadenaufwendungen	188 Mio. Euro (189 Mio. Euro)
Combined Ratio	92,6 % (84 %)
Mitarbeiter	> 1.240
Mitarbeiter Standort Hannover	> 750

*Hinweis: die Beitragseinnahmen und Schadenaufwendungen 2022 sind inkl. Agila für Q1 und Q2 dargestellt.

Nicht nur der 60. Geburtstag bietet Grund zum Feiern

- Zahl der Neuverträge und Bestand signifikant gesteigert
- Schutz von Gebrauchtgeräten stark nachgefragt
- Komplettschutz 2024 mit einigen Neuerungen

Mit großer Zufriedenheit blickt Wertgarantie auf das zurückliegende Geschäftsjahr, das 60. Jahr seit Unternehmensgründung: 1,8 Millionen Neuverträge und ein Bestand von deutlich 7,4 Millionen Verträgen – von diesen Zahlen wagte man im Gründungsjahr 1963 nicht einmal zu träumen. „Nicht nur die 60 Jahre Wertgarantie im vergangenen Jahr waren ein guter Grund zu feiern. Unser Jubiläumskomplettschutz hat am Markt eine absolute Erfolgsgeschichte geschrieben“, blickt Patrick Döring, Wertgarantie-Vorstandsvorsitzender, zurück. „Das sind gute Nachrichten. Allerdings agieren wir in einem Umfeld, in dem es in Deutschland konjunkturell nicht gut aussieht: Uns als Schadenversicherer, der Konsumgüter versichert, muss Sorge machen, dass Deutschland gerade eher stagniert oder schrumpft, während in anderen europäischen Ländern die Konjunktur ein wenig besser ist.“

Im Geschäftsbereich CE liegt Wertgarantie trotz eines leicht rezessiven Marktes beim Neugeschäft fast 10 Prozent besser als zum Vorjahr. 1,8 Million Neuverträge konnte der Versicherer europaweit insgesamt zulegen. Beim Bestand gab es mit 7,4 Millionen Verträgen einen neuen Höchstwert. „Das beweist, dass das Leistungspaket von Wertgarantie nahezu konkurrenzlos ist. Insbesondere mit unserem Geburtstags-Komplettschutz und der Option, Gebraucht- und Neugeräte zum gleichen Preis zu versichern, sind wir einmalig im Markt unterwegs“, unterstreicht Patrick Döring.

Der Geburtstags-Komplettschutz rückt damit klar das Engagement des Versicherers für „Reparieren statt Wegwerfen“ in den Mittelpunkt: Kunden müssen ihre Geräte, die sie seit Jahren nutzen und auf die sie nicht verzichten möchten, bei einem Defekt nicht entsorgen, sondern haben mit der Versicherung und der einhergehenden Kostenübernahme einen Anreiz, sie reparieren zu lassen. Durch den Erfolg des Geburtstags-Komplettschutzes konnte die Gebrauchtgerätequote massiv erhöht werden. Das Produkt wurde zudem aufgrund der großen Akzeptanz bei den

Partnern und Kunden bis zum 31. März 2024 verlängert. Am 1. April löst es der „Komplettschutz 24“ ab, der gleiche Tarif für neue, gebrauchte oder refurbished Geräte bleibt konsequenterweise bestehen.

Der Komplettschutz ist das Premium-Versicherungsprodukt von Wertgarantie und gilt als umfangreichster Versicherungsschutz und nachhaltigstes Kundenbindungsinstrument der Branche. Eine der Neuerungen ist die Erweiterung der Premium-Option: Diese ist jetzt auch für braune und weiße Ware verfügbar und beinhaltet den Schutz vor Folgeschäden bei Wäsche, Gefriergut oder Möbeln im Wert von bis zu 600 Euro und den Leitungsschutz – vom versicherten Gerät bis zum Sicherungskasten. Der Tarif der Premium-Option bleibt dabei unverändert.

Während das Thema „Recht auf Reparatur“ mit einer Entscheidung auf EU-Ebene zu Anfang des Jahres medial Kreise zog, gehört die Abwicklung von Schäden – überwiegend durch Reparaturen – bei Wertgarantie zum Tagesgeschäft. In die bis dahin längerfristig stabile Schadenssituation kam im abgelaufenen Geschäftsjahr Bewegung. Nicht zuletzt spielte und spielt hier das Thema Inflation eine Rolle: Steigende Arbeitswerte und Ersatzteilpreise trugen ebenso zum Anstieg der Schadenszahlungen bei, wie ein, im Vergleich zu den etwas ruhigeren Jahren der Pandemie, dynamischeres Schadengeschehen. „Einerseits zeigt die Entwicklung den klaren Nutzen unserer Produkte“, ordnet Patrick Döring ein. „Und andererseits müssen wir als Schadenversicherer sehr genau auf diese Entwicklung schauen, da die Schadenentwicklung der für uns wichtigste Gradmesser ist, wie profitabel wir uns in unseren Märkten aufstellen können.“

Größter Wertgarantie-Partner in den Märkten ist und bleibt der Fachhandel. Hier wird weiter auf Qualifikation gesetzt: Wertgarantie hat unter anderem intern neue Stellen für Online-Präsenztrainer geschaffen. Die Wertgarantie-Produktschulungen oder das bewährte Profitraining, das mittlerweile über 35.000 Verkäufer erfolgreich abgeschlossen haben, wurden aktualisiert. Zudem gibt es ein Entwicklungsprogramm für Führungskräfte im Handel, das Wert-Management. Dieses richtet sich gezielt an den Bedarf im Fachhandel, erklärt Patrick Döring. „Wir haben seit vielen Jahren große Expertise im Verkaufstraining. Unsere Partner haben uns gesagt, dass sie Bedarf für ein Entwicklungsprogramm für die Führung haben.“

Mittlerweile haben über 200 Teilnehmer die verschiedenen Module erfolgreich absolviert.“

Auch in der Firmenhistorie neuere Geschäftsfelder, wie der Komplettschutz für Hörgeräte, wurden im vergangenen Jahr weiter vorgebracht: Wertgarantie ist es gelungen, mit überzeugenden Argumenten auf dem internationalen Hörakustiker-Kongress Euha neue Partnerschaften auf den Weg zu bringen: Neue Kooperationspartner, Filialisten und zahlreiche weitere Fachhändler aus ganz Deutschland setzen zukünftig auf die Produkte des Spezialversicherers aus Hannover, der mittlerweile Marktführer für Hörgeräteversicherungen ist.

Einen großen Schritt voran hat Wertgarantie zudem im Segment Uhrenschutz gemacht: Das Unternehmen ist mittlerweile Premium-Partner des Zentralverbandes für Uhren, Schmuck und Zeitmesstechnik. Wertgarantie unterstreicht mit der Premium-Partnerschaft die Unterstützung des Uhrmacherhandwerks und der Ausbildungsinitiative des Kölner Verbandes. Wertgarantie hatte 2022 seinen Uhrenschutz in der Branche etabliert und sich im vergangenen Geschäftsjahr auf dem Markt weiter positioniert. Mit dem Komplettschutz für Uhren übernimmt Wertgarantie die Kosten für Schäden, die z.B. auf unsachgemäße Handhabung, Fall/Sturz, Wasser/Feuchtigkeit, Verschleiß oder Diebstahl zurückzuführen sind.

„Unsere Grundausrichtung, den Fachhandel wettbewerbsfähig zu machen und den Kunden Mehrwerte zu bieten, hat sich bewährt“, fasst Patrick Döring zusammen. „Wir werden auch zukünftig darauf setzen, den Fachhandel zu stärken. Kluge und schlüssige Trainingskonzepte, Produkte, die in ihrer Einfachheit unschlagbar gut sind, mehr Leistung für die Kunden – dafür steht Wertgarantie auch künftig!“

WERTGARANTIE 2023 in Zahlen (in Klammern Geschäftsjahr 2022)

Neuverträge	1,8 Mio. (1,7 Mio.)
Vertragsbestand	7,4 Mio. (6,7 Mio.)
Anzahl Partner	> 7.200
Reparaturquote CE	68 %

Geschäftsfeld Bike setzt Meilensteine

- **Plus 50 Prozent im Neugeschäft**
- **Deutliche Zunahme von Diebstahlfällen**
- **„Radelnde Mitarbeiter“ vervollständigt das Angebot**

Das Fahrradfahren liegt immer noch voll im Trend. Nach den Rekordjahren der Coronazeit steht der Fachhandel momentan vor der Herausforderung der hohen Lagerbestände bei gleichzeitig abnehmender Nachfrage. „Der Markt wächst weiterhin, wenn auch nur leicht“, ordnet Patrick Döring, Wertgarantie-Vorstandsvorsitzender, ein. „Unser abgelaufenes Geschäftsjahr zeichnet sich dennoch durch eine unfassbare Dynamik aus, davon haben wir zusammen mit unseren Partnern profitiert: Allein unser Plus im Neugeschäft lag bei über 50 Prozent!“

Ein Rekord-Neugeschäft von über 180.000 Verträgen beweist, dass sich die engagierte Vertriebsarbeit der Vorjahre voll ausgezahlt hat, verdeutlicht Patrick Döring: „Hier zeigt sich eindeutig, wie stark wir in der Pandemie Partner gewonnen haben. Das hat zu der überaus positiven Entwicklung des Bestands geführt.“ Der Bestand lag Ende 2023 bei über 600.000 Verträgen. Korrespondierend mit der positiven Entwicklung der Vertragszahlen konnte Wertgarantie die Beitragseinnahmen steigern. Auch die Summe der Schadenszahlungen stieg an. Die Anzahl der Diebstähle hat im Vergleich zur Pandemie ebenfalls deutlich zugenommen. Schadenswerte bei gestohlenen E-Bikes mit über 2.500 Euro haben einen erheblichen Anteil an den Rekordschadenszahlungen.

Ein Schwerpunkt im vergangenen Jahr war der Ausbau an digitalen Serviceleistungen für die Fachhandelspartner. Mit einem großen Angebot an solchen Serviceleistungen hilft der Spezialversicherer u.a. bestehende Prozesse zu optimieren. Ein Baustein ist beispielsweise die digitale Diebstahlabwicklung, mit der Partner Diebstahlschäden bequem und schnell mittels Abwicklungssoftware bearbeiten können. Durch das schnellere, transparentere und effizientere Abwicklungsverfahren ist Wertgarantie in der Lage, einen Diebstahlfall innerhalb von eineinhalb Stunden zu bearbeiten, fasst Sören Hirsch, Bereichsleiter Bike Wertgarantie, zusammen: „Durch diese und weitere Automatisierung und

Vereinfachung von Prozessen wird der Arbeitsalltag erleichtert und die Partner können sich auf das Wesentliche konzentrieren – auf ihre Kundinnen und Kunden.“

Immer größere Nachfrage gibt es im Handel für Leasingangebote. Das Leasinggeschäft treibt seit einiger Zeit die gesamte Fahrradbranche voran. Wertgarantie hat sich entschlossen, mit einem neuen vielversprechenden Leasingmodell, die Fahrradhändler durch Provisionen für Leasingverträge am Erfolg teilhaben zu lassen. Eine „Partnerschaft auf Augenhöhe“ lautet auch hier die Maxime. Dazu hat die Wertgarantie Group die Purobike GmbH übernommen, die hinter dem erfolgreichen Dienstrad-Leasinganbieter „Radelnde Mitarbeiter“ steht. Wertgarantie hat für den Leasingbereich ein neues Team auf die Beine gestellt und mit Thomas Zimmerer einen Experten mit jahrelanger Erfahrung als Verkaufsleiter installiert. Damit hat Wertgarantie in seinem Jubiläumsjahr ein erstes Ausrufezeichen gesetzt: Vor genau 25 Jahren wagte sich der im CE-Bereich fest etablierte Spezialversicherer Wertgarantie auf den Markt der Fahrradversicherungen. Ein Schritt, der sich voll ausgezahlt hat – weitere werden dieses Jahr definitiv folgen.

„Gerade die Entwicklung im Fahrradbereich bestätigt uns, dass unsere Fokussierung auf die Geschäftsfelder Bike und CE richtig ist“, fasst Patrick Döring zusammen. „Mit übergeordnetem Blick sind wir uns sicher, dass der Fahrradmarkt noch nicht gesättigt ist und wir zusammen mit unseren Partnern einiges erreichen können. Zum Ende des aktuellen Geschäftsjahres werden wir einen neuen Rekord bei unseren Beständen sehen – mit Sicherheit werden wir an der Millionengrenze kratzen“, gibt sich Patrick Döring optimistisch. „Zudem werden wir bei der diesjährigen Eurobike eine – selbst für unsere Verhältnisse – ganz besondere Neuigkeit verkünden, darauf darf die Branche gespannt sein!“

Attraktiv für neue Talente: die Wertgarantie Group als Arbeitgeber

- **Stabiles Geschäftsmodell steht für sichere Arbeitsplätze**
- **Unternehmensgruppe setzt auf Weiterbildung und Qualifikation**
- **Gemeinsam entwickelte Führungsprinzipien**

Die Wertgarantie Group wächst seit Jahren. Sie legt beispielsweise bei den Zahlen der Kundinnen und Kunden, beim Neugeschäft und nicht zuletzt bei der Zahl der Mitarbeitenden zu: Über 1.200 Menschen waren zum 31.12.2023 bei der Unternehmensgruppe beschäftigt. Am Standort Hannover arbeiten mittlerweile über 750 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. „Jedes Jahr gelingt es uns, Menschen als Arbeitgeber zu begeistern“, sagt Vorständin Susann Richter. „Und wir schaffen es, dieses Wachstum zu organisieren und unsere Mitarbeitenden mit individuellen Entwicklungsmöglichkeiten zu binden. Unser stabiles Geschäftsmodell steht für sichere Arbeitsplätze!“

Mobiles Arbeiten, Teilzeitarbeit und das Angebot, bis zu 40 Tage im Jahr aus dem EU-Ausland arbeiten zu können – mit vielen Bausteinen sorgt die Wertgarantie Group als Arbeitgeber für maximale Flexibilität im Berufsleben. „Wir versuchen immer für die jeweilige Lebenssituationen unserer Mitarbeitenden ein passendes Angebot zu haben“, verdeutlicht Susann Richter. „Mit unseren Arbeitszeitmodellen steigern wir nicht nur die Zufriedenheit und Bindung unserer Mitarbeitenden zum Unternehmen, wir bleiben zudem attraktiv für neue Talente.“

Der Start in eine Karriere bei der Wertgarantie Group kann mit einer Berufsausbildung erfolgen. Die Talente der Auszubildenden werden während der Ausbildungszeit gezielt gefördert, die Übernahmequote nach der Abschlussprüfung liegt bei 100 Prozent. Aus- und Weiterbildung sind elementarer Bestandteil der Personalentwicklung in der Wertgarantie Group. Die Zahl der Weiterbildungstage nahm im Vorjahresvergleich zu, weitere ganzjährige Online-Weiterbildungsangebote wie die eigenen internen Akademien werden hervorragend angenommen. Den Führungskräften in der Unternehmensgruppe kommt eine entscheidende Rolle zu, erläutert Susann Richter: „Wir sind beispielsweise mit unseren Führungskräften im Herbst 2023 in eine neue

Veranstaltungsreihe gestartet. Hier liegt der Fokus darauf, Entwicklungsdialoge zu führen, Entwicklungen zu planen. Die Potentialanalyse, d.h. wie können die Potentiale der Mitarbeitenden erkannt und gefördert werden, ist Teil dieser Reihe.“ Führungskräften, die neu in ihrer Rolle sind, steht ein Juniormanagement-Programm offen. Sicher und gestärkt in der ersten Führungsfunktion agieren, übergreifender Austausch sowie die Weiterentwicklung eines gemeinsamen Führungsstandards, dieses sind nur einige Inhalte des neu konzipierten Programms. Wegweisend für alle Führungsentwicklungsprogramm sind die gemeinsam entwickelten fünf „WERTweiser“-Führungsprinzipien – wie volles Vertrauen, zielorientierte Kollaboration oder ein gemeinsames Mindset.

Auch der neuentwickelte Purpose, der Anspruch, an dem sich alle in der Unternehmensgruppe gemeinsam orientieren wollen, fließt ein. Dieser Anspruch richtet sich einerseits an das Unternehmen als Leistungserbringer am Markt. Er richtet sich aber auch an die Wertgarantie Group als Arbeitgeber. Deshalb findet sich im vollständigen Purpose-Statement auch ein eigener Absatz dazu: „Wir bieten als Arbeitgeber ein familiäres Miteinander. Wir leben Vielfalt und bieten eine talentgerechte Förderung für die berufliche Entwicklung, passgenau und flexibel“, erklärt Susann Richter. „Das zusammen mit unseren außerordentlichen Benefits und Vergütungsmodellen macht uns zu Recht zu einem Top-Arbeitgeber im Herzen Hannovers!“

IT-Strategie sichert langfristigen Erfolg

- IT-Strategie sichert die Zukunftsfähigkeit
- Effiziente Abläufe im Kundenservice
- Top-Arbeitgeber in der IT-Branche

Informationstechnologie ist der Motor von Innovation und Wachstum und in einer zunehmend digitalisierten Welt für jedes Unternehmen unverzichtbar. In der Wertgarantie Group ist die Informationstechnologie integraler Bestandteil und Werkzeug in der Entwicklung und Bereitstellung von innovativen Lösungen, um am Ende die Zufriedenheit von Partnern und Kunden effizient und nachhaltig zu verbessern. Die Digitalisierung und das konsequente Anwenden der IT-Technologien haben entscheidende Bedeutung für den Erfolg der Unternehmensgruppe, sagt Udo Buermeyer, Vorstand Finanzen & Digitalisierung: „Entsprechend haben wir eine IT-Strategie definiert, mit der wir den Umfang und die Richtung zukünftigen Handelns aufzeigen, um die Unternehmensziele der Wertgarantie Group zu erreichen.“

Elementarer Bestandteil der operativen Umsetzung dieser Strategie ist eine Roadmap. In ihr sind strategische Projekte und Maßnahmen sowie deren Planung und Priorisierung dargestellt, der Planungshorizont der IT-Roadmap beträgt fünf Jahre. Mit dieser klaren, strategischen Fokussierung auf Digitalisierung und IT stellt die Unternehmensgruppe sicher, weiterhin wettbewerbsfähig und zukunftsfähig zu sein.

„Ob beispielsweise Hardware, Schnittstellen oder zentrale Internetportale für Partner und Kunden – in allen Bereichen der Unternehmensgruppe bildet die IT das unverzichtbare Rückgrat“, unterstreicht Udo Buermeyer die Bedeutung der digitalen Prozesse. „Die IT unterstützt die Fachbereiche dabei, innovative Lösungen für Kunden und Partner zu entwickeln und bereitzustellen.“ Ein praktisches Beispiel für erfolgreiche praktische Umsetzung sind die Sales- & Self-Services. Hier ist es der Wertgarantie Group sukzessive gelungen, effiziente Abläufe und Interaktionen zu implementieren. Der digitale Service automatisiert grundlegende Anfragen und Anliegen, während der telefonische Inhouse-Kundenservice von Wertgarantie beispielsweise komplexere Anliegen persönlich im Gespräch bearbeitet. Die Self-

Services sind eine sinnvolle Ergänzung des exzellenten Kundenservices und leisten einen Beitrag zu einer positiven Kundenerfahrung, verdeutlicht Udo Buermeyer: „Unser Net Promoter Score liegt bei über 50. Das ist ein Wert, der in der Versicherungswirtschaft eher selten ist, da hier im Durchschnitt deutlich niedrigere Werte die Regel sind!“

In der Wertgarantie Group wird intensiv Wert auf die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden gelegt. Ziel ist es, das Fachwissen inhouse zu halten und nachhaltig auszubauen. „Wir stellen uns dem Fachkräftemangel entgegen“, erklärt Udo Buermeyer. „Wir nutzen unsere Möglichkeiten als attraktiver Arbeitgeber und investieren sowohl in Berufsausbildung und Duales Studium als auch in berufliche Qualifizierungsmaßnahmen. Ziel ist es, IT-Fachkräfte zu entwickeln und in der Unternehmensgruppe zu halten.“ Die Wertgarantie Group bietet Ausbildungen zum Fachinformatiker für Systemintegration und zum Fachinformatiker für Anwendungsentwicklung sowie ein duales Studium der Informatik. Bereits zum dritten Mal infolge hat das unabhängige Fachmagazin CHIP Wertgarantie als Top-Arbeitgeber im Bereich IT ausgezeichnet. In der Analyse von rund 1.900 Arbeitgebern hat es Wertgarantie in die Top Ten der Versicherungsbranche geschafft.

Der Einsatz für Reparaturen – notwendiger denn je

- „Wir unterstützen Lösungen mit nachhaltiger Wirkung“
- Studie zu Elektroschrott in Österreich und Niederlande
- Austausch unter Stakeholdern

Smartphones und Smartwatches, Tablets und Laptops, Waschmaschinen und Kühlschränke, E-Bikes oder Hörgeräte – Wertgarantie sichert eine Vielzahl von Geräten gegen Schäden ab. Mittlerweile vertrauen europaweit 8 Millionen Kundinnen und Kunden auf einen Geräteschutz aus der Unternehmensgruppe. Von den ersten versicherten Fernsehern in den 1960er Jahren bis hin zu den mittlerweile 37 Geräten, über die ein Haushalt in Deutschland durchschnittlich verfügt, ist einiges passiert.

Nicht nur die Anzahl und die Technik der Geräte haben sich weiterentwickelt, auch die Gesellschaft und die Themen, die die Menschen bewegen, haben sich verändert: Dies zeigt sich unter anderem bei Themen wie Nachhaltigkeit, Klima- und Umweltschutz, die gerade in den vergangenen Jahren stärker in die Wahrnehmung gerückt sind. „Unser Ansatz, durch Reparaturen die Lebensdauer von Geräten zu verlängern, somit Elektroschrott zu vermeiden und Ressourcen zu schonen, ist aktueller denn je“, verdeutlicht Wertgarantie-Vorstand Konrad Lehmann.

Welche Dimensionen die Thematik Elektroschrott angenommen hat, lässt sich nachvollziehen, wenn man den Blick auf die ersten versicherten Geräte bei Wertgarantie legt – Fernseher: War die Zahl der verkauften Geräte zum Wertgarantie-Start 1963 noch äußerst überschaubar, sind allein im Jahr 2022 in Deutschland insgesamt 4,89 Millionen Geräte über die Ladentische gegangen. „Durch unsere Studie ‚Reparieren statt Wegwerfen‘ wissen wir inzwischen gut, wie viele dieser Geräte in den kommenden Jahren – statistisch gesehen – einen Defekt haben und gegebenenfalls repariert werden müssen“, erklärt Konrad Lehmann. Demnach werden allein bei den 2022 neu gekauften Geräten über 215.000 Fernseher in den kommenden Jahren eine Reparatur benötigen. Geht man nun von der derzeitigen durchschnittlichen Reparatur- und Entsorgungsquote von Fernsehern in Deutschland aus, ergibt sich hieraus eine Menge von über 2.000 Tonnen Elektroschrott – nur aus den 2022 gekauften TV-Geräten. „Unsere Mission

– der Einsatz für Reparaturen – trifft nicht nur den Nerv der Zeit, sondern ist notwendiger denn je, das stellen die Zahlen eindeutig unter Beweis“, unterstreicht Konrad Lehmann.

Wertgarantie zeigt die Dimensionen von Elektroschrott anhand empirischer Daten auf. Seit 2019 führt das Unternehmen regelmäßig die Studie „Reparieren statt Wegwerfen“ zum jährlichen Aufkommen von Elektroschrott in Deutschland durch. Seit 2021 wird die Studie auch in Österreich durchgeführt, vergangenes Jahr erstmalig in den Niederlanden. „Darüber hinaus haben wir die Initiative ergriffen und einen Dialog mit wichtigen Stakeholdern gestartet: Hersteller, Handel, Politik und gesellschaftliche Akteure. Wir sind der Auffassung, dass alle gemeinsam dazu beitragen können, die Lebensdauer von Elektrogeräten zu verlängern“, führt Konrad Lehmann aus. „Dass auch auf EU-Ebene mit der Unterstützung des ‚Rechts auf Reparatur‘ ein Impuls in diese Richtung ausgeht, ist ein gutes Zeichen. Wir unterstützen Lösungen mit nachhaltiger Wirkung, von denen alle profitieren können: Hersteller, Handel und Verbraucher!“

Dieses übergreifende Engagement pro Reparaturen wird auch intern positiv wahrgenommen und beurteilt, wie eine Befragung unter Mitarbeitenden des Unternehmens ergeben hat: „Über 80 Prozent unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sehen in unserem Geschäftsmodell eine positive Auswirkung für die Umwelt“, sagt Konrad Lehmann. „Alles zusammengenommen zeigt: Das Modell, Elektrogeräte zu reparieren, statt sie wegzuerwerfen, gehört zu den unverzichtbaren Bausteinen einer funktionierenden Kreislaufwirtschaft in einer schnelllebigen Konsumgesellschaft im Transformationsprozess. Dazu wollen wir einen Beitrag leisten und Veränderungen unterstützen, die zu messbaren Ergebnissen führen und sich somit auch in unserer Studie widerspiegeln.“

Ansprechpartner für die Medien:

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

Marc Höppner | Teamleiter Externe Kommunikation | Tel: 0049 511 71280-71556
| E-Mail: m.hoepfner@Wertgarantie.com