

„Im vergangenen Geschäftsjahr haben die Unternehmen der Wertgarantie Group unter Beweis gestellt, dass sie hervorragend und zukunftsfähig aufgestellt sind. Die aktuellen Herausforderungen durch die Corona-Pandemie werden wir aufgrund unserer finanziellen Stärke und organisatorischen Vorkehrungen bewältigen und unser Geschäft erfolgreich weiterentwickeln.“

Thomas Schröder
Vorsitzender des Vorstands der Wertgarantie AG

Pressemappe

Juni 2020



Inhalte

Entwicklungen, Hintergründe und Kennzahlen aus den Geschäftsbereichen

In allen Bereichen zukunftsfähig aufgestellt	1
Die Wertgarantie Group in Zahlen	3
„Die Unternehmensgruppe wird auch in dieser besonderen Situation wirtschaftlich gesund bleiben“, Interview mit Thomas Schröder, Vorsitzender des Vorstands	4
Weiterhin erfolgreich auf dem österreichischen Markt	6
Schritt für Schritt zum großen gemeinsamen Ziel: Nachhaltigkeit	9
„Wir entwickeln passende Maßnahmen auf dem Weg zu einem nachhaltigen Unternehmen“, Interview mit Konrad Lehmann, Vorstand.....	11
Reparieren statt Wegwerfen – Elektroschrott vermeiden.....	13
„Wertgarantie-Kunden sind Vorreiter“, Interview mit Thomas Schröder, Vorsitzender des Vorstands	15

In allen Bereichen zukunftsfähig aufgestellt

- Wertgarantie Group schließt Geschäftsjahr mit Bestergebnis ab
- Europaweit 6,75 Millionen Kunden
- „Unternehmensgruppe wird trotz der aktuellen Situation wirtschaftlich gesund bleiben“

„Im vergangenen Geschäftsjahr haben die Unternehmen der Wertgarantie Group unter Beweis gestellt, dass sie hervorragend und zukunftsfähig aufgestellt sind: In allen Bereichen konnten Ergebnisse erzielt werden, die unterm Strich das erfolgreichste Geschäftsjahr der Unternehmensgruppe ergeben“, blickt Thomas Schröder, Vorsitzender des Vorstands auf die Erfolge in 2019 zurück. „Uns ist es gelungen, das Neugeschäft auf 1,9 Millionen Verträge zu steigern. Wir haben die neue Bestmarke von 6,75 Millionen Kunden erreicht.“

In Bezug auf die aktuelle gesellschaftliche und wirtschaftliche Lage blickt Thomas Schröder grundsätzlich zuversichtlich in die Zukunft: „Die Unternehmensgruppe wird die aktuellen Herausforderungen bedingt durch die Corona-Pandemie aufgrund ihrer Stärke gut bewältigen und den Wachstumskurs fortsetzen. Unsere Geschäftsmodelle bei Wertgarantie und Agila sind sehr stabil und auf eine langfristige Kundenbeziehung angelegt, sodass wir auch bei einem vorübergehenden Rückgang der Neugeschäftszahlen aktuell keine einschneidenden negativen Auswirkungen erwarten.“

Bei den Beitragseinnahmen legte die Wertgarantie Group im vergangenen Geschäftsjahr um 12 Prozent zu und steigerte diese auf 311 Millionen Euro. Die Gruppe erzielte zudem im Bereich Garantie-Dienstleistungen einen Umsatz von 27 Millionen Euro. Die Kundenzahl erreichte mit 6,75 Millionen einen Zuwachs von rund 10 Prozent und den Höchstwert der Unternehmensgeschichte. „Trotz der zurzeit bereits erkennbaren Auswirkungen der Corona-Krise werden wir in 2020 sicherlich die 7-Millionen-Marke überschreiten“, sagt Thomas Schröder hierzu. Bei gleichgebliebener Schadenquote erhöhten sich die Schadenaufwendungen der Wertgarantie Group in Summe auf 188 Millionen Euro. Insgesamt wurden über eine

Million Versicherungsfälle im Sinne der Kunden reguliert. Die Combined Ratio erhöhte sich aufgrund des gestiegenen Neugeschäfts auf 91,5 Prozent. „Das stabile Konsumklima und eine gesteigerte Sensibilität für das Thema Haustierversicherungen haben neben unserem überzeugenden Produktportfolio mit Sicherheit zu dieser erfreulichen Steigerung beigetragen“, ordnet Thomas Schröder das Ergebnis ein. Für eine positive Entwicklung sorgt auch das E-Bike – sowohl auf dem Markt als auch bei dem Versicherer: Drei Viertel des Neugeschäfts im Fahrradbereich entfallen inzwischen auf den Bereich E-Bike/Pedelec. „Mit Blick auf die positiven Zahlen und die große Dynamik bedeutet das, dass unsere Kunden, die mehrheitlich im Fahrradfachhandel beraten werden, die Notwendigkeit erkannt haben, sich gegen die Kosten abzusichern, die durch technische Defekte und Diebstahl entstehen“, verdeutlicht Patrick Döring, Wertgarantie-Vertriebsvorstand.

Die Kennzahlen der Agila Haustierversicherung bestätigen die gesteigerte Nachfrage nach Tierversicherungen für Hunde und Katzen: Mit einem Neugeschäft von 66.000 Verträgen und einem Bestandswachstum (von 11 Prozent) auf insgesamt 295.000 Kunden wurde zum 31.12.2019 ein neuer Rekord aufgestellt.

46 Prozent des Neugeschäfts erzielte die Unternehmensgruppe abseits des deutschen Marktes, 13 Prozent waren es in Österreich. Insgesamt konnte der Vertragsbestand der Wertgarantie Group auf über 2,8 Millionen Verträge in Österreich, Frankreich, Spanien sowie in den Benelux-Staaten gesteigert werden. „Dieser Anteil wird in 2020 aufgrund der aktuellen Entwicklungen in Bezug auf die Corona-Pandemie in Spanien und Frankreich geringer ausfallen“, erwartet Thomas Schröder.

Der Konzernjahresüberschuss lag 2019 bei 20,2 Millionen Euro. Im Vorjahresvergleich ist es der Unternehmensgruppe gelungen, hier eine Steigerung um 3,8 Millionen Euro zu erzielen. „Die anhaltend gute Entwicklung unserer Vertragsbestände aufgrund der langjährigen vertrauensvollen Zusammenarbeit mit unseren Partnern im Handel und ein sehr gutes Kapitalergebnis haben sich positiv bemerkbar gemacht“, erläutert Thomas Schröder. „Unser Eigenkapital konnten wir erheblich stärken und auch weiter in neue Märkte und Kapitalanlagen investieren.“

Bei den Mitarbeiterzahlen hat die Unternehmensgruppe im abgelaufenen Geschäftsjahr erneut weiter zulegen können: Die Zahl der Beschäftigten lag zum Jahresende bei 850. Am Standort Hannover sind 550 Mitarbeiter tätig, hier engagiert sich die Wertgarantie Group für die Berufsausbildung und bietet jungen Menschen fünf Ausbildungsgänge sowie die Möglichkeit des Dualstudiums an.

Für Thomas Schröder ist das abgelaufene Geschäftsjahr 2019 das letzte als Vorsitzender des Vorstands. Thomas Schröder kündigte für Mitte des Jahres sein Ausscheiden aus dem Vorstand an. Nach 25 Jahren Vorstandstätigkeit und davon 13 Jahren als Vorsitzender strebt er nun an, als Aufsichtsrat weiterhin Verantwortung für die Unternehmensgruppe zu übernehmen und stellt sich bei der kommenden Hauptversammlung zur Wahl.

Die WERTGARANTIE Group 2019 in Zahlen (in Klammern Geschäftsjahr 2018)

Beitragseinnahmen	311 Mio. Euro (277 Mio. Euro)
Konzernjahresüberschuss	20,2 Mio. Euro (16,4 Mio. Euro)
Neuverträge	1,9 Mio. (1,7 Mio.)
Vertragsbestand (inkl. AT)	6,8 Mio. (6,2 Mio.)
Summe Schadenaufwendungen	188 Mio. Euro (167 Mio. Euro)
Combined Ratio	91,5 % (90,4 %)
Mitarbeiter	855 (780)
Mitarbeiter Standort Hannover	550 (490)

„Die Unternehmensgruppe wird wirtschaftlich gesund bleiben und aufgrund ihrer finanziellen und organisatorischen Stärken ihr Wachstum fortsetzen.“

Thomas Schröder, Vorsitzender des Vorstands



Wie schätzen Sie die wirtschaftlichen Auswirkungen der Corona-Krise ein?

Diese Pandemie ist für uns alle eine völlig unbekannte und außergewöhnliche Situation – mit großen Herausforderungen im Privaten wie im Berufsleben – und verlangt allen eine hohe Flexibilität. Die positive Entwicklung unserer Unternehmensgruppe – und speziell die Erfolge des vergangenen Geschäftsjahres – stimmen mich dennoch zuversichtlich: Die Unternehmensgruppe wird wirtschaftlich gesund bleiben und aufgrund ihrer finanziellen und organisatorischen Stärken ihr Wachstum fortsetzen.

Was hat das Geschäftsjahr 2019 der Wertgarantie Group ausgemacht?

Wir sind im vergangenen Jahr in allen Geschäftsfeldern erneut stark gewachsen und haben bei allen relevanten Kennzahlen neue Höchstwerte erreicht. Ausschlaggebend dafür war die positive Nachfrage der Verbraucher, beispielsweise im Bereich Hausgeräte oder Unterhaltungselektronik. Wir profitieren insbesondere in großem Maße von der Digitalisierung, denn wir haben den passenden Schutz für die Produkte des digitalen Lifestyles. Ebenso hat sich im vergangenen Geschäftsjahr das große Interesse an der Elektromobilität weiter positiv ausgewirkt: Das E-Bike oder der eigene E-Scooter sind nicht mehr nur Randprodukte, sondern in der Mitte der Gesellschaft angekommen.

Gesellschaftlich hat 2019 das Thema Nachhaltigkeit eine große Rolle gespielt.

Nachhaltiges Handeln prägt die Wertgarantie Group seit jeher. Kern und Wurzel des Geschäftsmodells insbesondere von Wertgarantie ist das Grundprinzip „Reparieren statt Wegwerfen“. Ein Ansatz, der Nachhaltigkeit schon in sich trägt, weil er Ressourcen schont und Verbräuche senkt. Nachhaltigkeit ist deshalb schon lange ein fester Bestandteil unserer Geschäftsstrategie. Wir bekennen uns in unserem Leitbild zu Werten, die auch für nachhaltiges Wirtschaften stehen: Wertschätzung, Glaubwürdigkeit, Langfristigkeit und Innovationskraft.

Weiterhin erfolgreich auf dem österreichischen Markt

- Anzahl der Partner im Fachhandel gesteigert
- Einzigartiges Training für die Partner
- Erfolg durch bestehende Kooperationen

„Österreich ist und bleibt ein wichtiger Markt für Wertgarantie – das hat das vergangene Jahr erneut unter Beweis gestellt“, blickt Wertgarantie Vertriebsvorstand Patrick Döring auf die Erfolge des Geschäftsjahres 2019 zurück. „Kurz gesagt: Wir sind stolz, dass es uns wieder gelungen ist, gemeinsam mit dem Fachhandel in Österreich weiter zu wachsen.“

Der Spezialversicherer hat erneut in Österreich zulegen können und steigerte sein Neugeschäft in 2019 um 13 Prozent. Auch die Anzahl der Fachhandelspartner konnte ausgebaut werden: Fast 600 Fachhandelspartner und somit knapp 18 Prozent mehr als im Vorjahr arbeiten mittlerweile in Österreich mit Wertgarantie zusammen. Über 1.600 aktive Fachhandelsmitarbeiter bieten mittlerweile ihren Kunden Wertgarantie-Produkte wie den Komplettschutz inklusive des Cyberschutzes in der Premium-Option als zusätzliche Dienstleistung und Service an. Einen großen Beitrag zu den Erfolgszahlen haben die Wertgarantie-Partner der Fachhandelskooperationen geleistet: ElectronicPartner, RED ZAC, Hartlauer und Abus. Seit April 2020 ist auch Expert als neuester Zugang mit dabei.

Die Reparaturquote betrug 73 Prozent, damit konnte Wertgarantie diesen Wert erneut steigern. Vor allem im Segment der Weißen Ware ist der Anteil von Reparaturen besonders hoch: Hier wurden 82 Prozent der Schäden repariert. „Mit unserem erfolgreichen Ansatz ‚Reparieren statt Wegwerfen‘ tragen wir und die Partner im Fachhandel zur Verlängerung der Geräte-Nutzungsdauer bei und leisten somit gemeinsam einen Beitrag zu einer nachhaltigeren Wirtschaftsweise“, ordnet Patrick Döring ein.

Um dem österreichischen Fachhandel und seinen Kunden noch bedarfsgerechtere Laufzeitprodukte bieten zu können, stellte Wertgarantie in 2019 neue Produkte vor,

u.a. den Garantieschutz oder den Multimediaschutz: Kunden können für eine einmalige Summe technische Geräte aus dem Bereich Multimedia gegen Kosten auch nach der gesetzlichen Gewährleistung schützen, die durch Material-, Konstruktions- und Produktionsfehler entstehen. Die bedarfsgerechteren Lösungen für den österreichischen Fachhandel und seine Kunden wurden zudem mit dem Haushaltsgeräteschutz erweitert: Beim Haushaltsgeräteschutz können Kunden ihre „Braune“ und „Weiße Ware“-Geräte vor Reparaturkosten bei einem Gerätedefekt schützen. Durch Zahlung eines Einmalbeitrags, der sich nach dem Gerätepreis richtet und Geräte bis 5.000 Euro versichert, tritt ein bis zu fünf Jahre andauernder Schutz ein.

Weitere Unterstützung gab es für den Fachhandel, der Loewe-Geräte vermarktete. Wertgarantie und reagierte so auf die Insolvenz und präsentierte sich als Problemlöser, um die Partner bei Reparaturkosten nicht im Regen stehen zu lassen: Bei allen TV-Geräten von Loewe, die ab Juli verkauft wurden, sowie auch bei allen Loewe-Gebrauchtgeräten, für die ein Komplettschutz abgeschlossen wurde, übernimmt das Unternehmen zusätzlich die gesetzliche Gewährleistung von 24 Monaten. So greift der Wertgarantie-Komplettschutz, wenn Loewe-Geräte Schäden aufweisen, die bereits zum Zeitpunkt des Kaufs vorhanden waren. „Wir sind hier gerne als Problemlöser eingesprungen, denn wir lassen den Handel auf keinen Fall allein im Regen stehen“, erklärt Wertgarantie-Vertriebsleiter Roland Hofer. Unterstützung erfuhr der Fachhandel 2019 auch in gewohnter Weise in Form einer Jahresendaktion

Fachhandelspartner und ihre Mitarbeiter erhalten Unterstützung durch das Wertgarantie-Trainingsangebot. „Im Vergleich zu manch anderer Qualifizierungsmaßnahme im Handel ist das Wertgarantie-Training kostenfrei“, erklärt Patrick Döring. „Und es trägt dazu bei, die Mitarbeiter im Handel so zu qualifizieren, dass sie zeitgemäß verkaufen können. Damit generieren sie nicht nur Erträge für den Handel, sondern sorgen auch für eine hohe Kundenzufriedenheit. Das Training ist das Herzstück von Wertgarantie und macht uns komplett einzigartig.“ Seit 2020 ist nun in Österreich auch die Wertgarantie-Online-Akademie verfügbar.

Positives Feedback gaben auch die Kunden: Sie bewerteten die Serviceleistungen des Spezialversicherers bei einer TÜV-Befragung erneut mit Bestnoten. Im Durchschnitt verbesserte sich Wertgarantie auf der Schulnotenskala im Vergleich zum Vorjahr auf eine Durchschnittsnote von 1,62.

Schritt für Schritt zum großen gemeinsamen Ziel: Nachhaltigkeit

- Maßnahmen für klimaneutralen Geschäftsbetrieb bis 2025
- „Deutschlands wertvollstes Unternehmen“
- Kundenorientierung als Baustein der Nachhaltigkeitsstrategie

Unter dem Grundprinzip der Nachhaltigkeit stellt sich die Wertgarantie Group am Standort Hannover ihrer Verantwortung. Im Mittelpunkt stehen die definierten Nachhaltigkeitsziele und die entwickelte Nachhaltigkeitsstrategie.

Schon etablierte Umweltschutzmaßnahmen am Standort, wie die Förderung umweltbewussten Verhaltens bei der Anreise der Mitarbeiter, die Neuanschaffung von energieeffizienten IT-Geräten bis hin zu Maßnahmen der energetischen Gebäudesanierung, werden in der Wertgarantie Group kontinuierlich weiterentwickelt. Auch die Umstellung auf Ökostrom seit dem 1. Januar 2020 trägt dazu bei, die CO₂-Bilanz positiv zu beeinflussen. Im vergangenen Jahr wurde zudem das Ziel eines CO₂-neutralen Geschäftsbetriebs bis 2025 verankert. Eine eigene CO₂-Bilanz bildet die Grundlage für das regelmäßige Controlling von Treibhausgasen und alle weiteren notwendigen Schritte zur Erreichung der CO₂-Neutralität.

Dass sich die Unternehmensgruppe auf dem richtigen Weg befindet, unterstreicht die Auszeichnung als „Deutschlands wertvollstes Unternehmen“ in der Rubrik Versicherungen von „Deutschland Test“ und dem Institut für Management- und Wirtschaftsforschung (IMWF). Untersucht wurde, was die Firmen in Deutschland in Sachen Nachhaltigkeit tun, welche Verantwortung sie übernehmen, wie sie darüber berichten und wie tief das Thema in der Unternehmens-DNA verwurzelt ist. „Alle Unternehmensbereiche tragen dazu bei, dass wir ökologisch, ökonomisch und sozial verantwortungsbewusst handeln“, erklärt Wertgarantie-Vorstand Konrad Lehmann.

Exzellenter Kundenservice und kundenfreundliche Abwicklung von Schäden sind zentral für die Kunden und für die Wertgarantie Group damit auch ein Aspekt

nachhaltiger und verantwortungsvoller Unternehmensausrichtung. Um den Ansprüchen der Kunden gerecht zu werden, erweitert und verbessert die Wertgarantie Group kontinuierlich ihre Services. Diese reichen von ausgezeichneter telefonischer Beratung zur raschen Schadenabwicklung als zentrales Kundenanliegen bis zur unkomplizierten Reparaturkostenübernahme bzw. Neukaufbeteiligung. Die Digitalisierung erleichtert die Prozesse und macht zum Beispiel ein Online-Tracking des zur Reparatur eingeschickten Gerätes und extrem schnelle Reaktionszeiten über eine Online-Plattform möglich.

Das Feedback der Kunden und der enge Kontakt zu Fachhandel und Reparaturbetrieben sind die Grundlage für die Weiterentwicklung der Produkte nach Kundenbedürfnissen wie auch für optimierte Abläufe und Prozesse der Wertgarantie Group. Regelmäßige Kundenzufriedenheitsbefragungen bestätigen die Ausrichtung auf die Kunden: Wertgarantie-Kunden vergaben für die Serviceleistungen bei einer TÜV-Befragung die Note 1,62. Darüber hinaus ist der vom Deutschen Institut für Service-Qualität und dem Nachrichtensender n-tv verliehene Fairness-Preis 2019 in der Kategorie Handy-/Elektronikversicherungen ein Beleg für hohe Kundenfreundlichkeit und gelungene Kundenorientierung.

„Wir entwickeln passende Maßnahmen auf dem Weg zu einem nachhaltigen Unternehmen.“

Konrad Lehmann, Vorstand



Herr Lehmann, was zeichnet die Nachhaltigkeitsstrategie der Wertgarantie Group aus?

Kern unserer Nachhaltigkeitsstrategie sind Lösungsansätze, die einen Ausgleich zwischen wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Zielen schaffen. Dafür entwickeln wir eigene, zur Unternehmenskultur passende Maßnahmen auf dem Weg zu einem nachhaltigen Unternehmen. Das Grundprinzip „Reparieren statt Wegwerfen“ ist Kern unserer Geschäftsstrategie und somit zentral für unseren Nachhaltigkeitsansatz: Durch Reparaturen wird die Nutzungsdauer von technischen Geräten verlängert, was zur Schonung von Ressourcen beiträgt – das ist uns ein großes Anliegen, weil Geräte zu häufig schnell als Elektroschrott enden.

Wie nimmt Wertgarantie Einfluss darauf, dass Geräte repariert werden?

Wir versichern alles, was einen Akku oder Stecker hat. Dabei stehen uns unsere Partner im Fachhandel als Reparaturoexperten zur Seite. Geht ein bei uns versichertes Gerät kaputt, kann der Kunde sich direkt an seinen Fachhändler wenden. Der prüft, ob eine Reparatur möglich ist und wickelt sie ab – die Reparaturkosten übernehmen wir. Sollte die Reparatur z. B. aufgrund fehlender Ersatzteile nicht mehr möglich sein, beteiligen wir uns an einem Neukauf. 2019 konnten wir 73 Prozent der bei uns versicherten defekten Geräte reparieren, nur 27 Prozent mussten ausgetauscht werden.

Welche Rolle spielt Kundenorientierung innerhalb Ihres Nachhaltigkeitsengagements?

Exzellenter Kundenservice und kundenfreundliche Abwicklung von Schäden sind ein zentraler Baustein unserer nachhaltigen und verantwortungsvollen Unternehmensausrichtung. Um die Abwicklung für die Kunden zu erleichtern, verbessern wir kontinuierlich unsere Services – wie beispielsweise das digitale Kundenportal, das den Kunden auch Self-Services ermöglicht. Die TÜV-Zufriedenheitsbefragung 2019 zeigt mit 97 Prozent zufriedenen bzw. sehr zufriedenen Kunden und der vergebenen Note 1,62, dass unser Service beim Kunden ankommt.

Reparieren statt Wegwerfen – Elektroschrott vermeiden

- Wertgarantie-Studie belegt das Potential der Reparaturen
- Reparatur-Index als Service für Kunden und Nichtkunden
- Sensibilität für nachhaltiges Konsumverhalten schaffen

Viele Verbraucher legen mittlerweile verstärkt Wert darauf, ihren Konsum nachhaltiger zu gestalten. Sie achten bei Anschaffungen auf Kriterien der Nachhaltigkeit. Im Schadenfall lassen sie Geräte reparieren. Dennoch geben laut einer aktuellen repräsentativen Studie, die Wertgarantie in Auftrag gegeben hat, immer noch etwa drei von vier Verbrauchern an, bei einem Geräteschaden auf eine Reparatur zu verzichten. Mehr als die Hälfte der Befragten empfinden die Reparaturkosten als zu hoch und entscheiden sich für die Anschaffung eines gleichen oder ähnlichen Gerätes. Wertgarantie leistet hier mit dem Ansatz „Reparieren statt Wegwerfen“ wertvolle Arbeit, die nicht nur den Verbrauchern, sondern auch der Umwelt zugutekommt.

Das Unternehmen stellt auf seiner Website einen Reparatur-Index für Kunden und Nicht-Kunden zur Verfügung, um die Vorteile langlebiger und reparaturfähiger Geräte noch weiter zu verdeutlichen. Dabei werden aktuelle Geräte, wie u. a. Tablets oder Smartphones, auf Basis von Studien und Versicherungsdaten hinsichtlich ihrer Reparaturanfälligkeit und ihres Reparaturaufwands bewertet. „Auf diese Weise schaffen wir Sensibilität für nachhaltigeres Konsumverhalten“, verdeutlicht Vorstand Thomas Schröder.

„Mit Clickrepair, dem Reparatur-Marktplatz von Wertgarantie, haben wir dieses Thema schon seit 2016 im Blick und einen Reparatur-Check für Smartphones sowie zwei Smartphone-Reparatur-Studien veröffentlicht.“ Unter mehr als 1.000 Handywerkstätten deutschlandweit können Smartphone-Nutzer hier die für sie passende Reparatur u.a. anhand des Preises, der Reparaturdauer oder Ersatzteil-Qualität wählen. Sowohl zertifizierte als auch freie Werkstätten sind dort vertreten – von Apple über Samsung bis hin zu Huawei. Die Ergebnisse der aktuellen Smartphone-Reparatur-Studie unterstreichen die Möglichkeit einer Reparatur:

Rund zwei Drittel aller beschädigten Smartphones haben ein defektes Display, bei jedem zweiten Smartphone ist im Schadenfall das Gehäuse betroffen.

Die repräsentative Wertgarantie-Studie zum Thema „Reparieren statt Wegwerfen“ aus dem Dezember 2019 verdeutlicht das große Potential, das in Geräte-Reparaturen steckt. Wertgarantie hat in dieser Studie Daten zu zwölf ausgewählten Produktgruppen in deutschen Haushalten erhoben (Fernseher, Laptop, Tablet, Elektroherd, Geschirrspüler, Kühlschrank, Waschmaschine, Wäschetrockner, Handy bzw. Smartphone, Kaffeevollautomat, Mikrowelle und Staubsauger).

Durch Reparatur und Weiternutzung von Elektrogeräten können in Deutschland jährlich allein bei diesen Produkten pro Haushalt insgesamt 8,1 Kilogramm Elektroschrott eingespart werden. Mit Blick auf die CO₂-Bilanz können auf jeden Haushalt gerechnet 31,2 Kilogramm CO₂ vermieden werden. Hochgerechnet auf die Summe aller deutschen Haushalte sind das bei diesen Produkten pro Jahr über 1.290.000 Tonnen anfallendes CO₂ und rund 335.000 Tonnen verursachter Elektroschrott – ein Schrottberg, der dem Gewicht von umgerechnet 33 Eiffeltürmen entspricht.

„Wertgarantie-Kunden sind Vorreiter und lassen reparieren.“

Thomas Schröder, Vorsitzender des Vorstands



Warum sollten Verbraucher Geräte reparieren lassen?

Weil jeder damit einen einfachen Beitrag leisten kann, die Umwelt zu schonen: Die durchgeführte Repräsentativbefragung zum Thema „Reparieren statt Wegwerfen“ zeigt, dass durch die Reparatur defekter Geräte und der damit verbundenen Verlängerung der Produktlebensdauer Elektroschrott vermieden werden kann: Allein in den zwölf ausgewählten Produktgruppen pro Haushalt jährlich 8,1 Kilogramm und 31,2 Kilogramm CO₂-Äquivalente.

Welche Ergebnisse hat die Studie noch aufgezeigt?

Zum Beispiel, dass mehr als die Hälfte der Befragten die Reparaturkosten als zu hoch empfinden und sich für die Anschaffung eines gleichen oder ähnlichen Gerätes entscheidet. Diese Erkenntnis ist ein wichtiger Ansatzpunkt: Hier können wir mit unseren Produkten bei den Verbrauchern ansetzen und überzeugende Argumente pro Reparatur liefern.

Wertgarantie-Kunden lassen eher reparieren, ist das so?

Ja, die Ergebnisse der Studie belegen das: Wenn es bei Verbrauchern zu Geräteschäden kommt, die zur Funktionsunfähigkeit führen, geben etwa drei von vier an, dass sie auf eine Reparatur verzichten. Während von den befragten Haushalten ohne Geräteversicherung sich lediglich 22 Prozent für eine Reparatur

entscheiden, liegt dieser Anteil bei den Wertgarantie-Kunden bei 43 Prozent. Unsere Kunden sind hier Vorreiter.

Ansprechpartner für die Medien:

Ulrike Braungardt | Abteilungsleiterin Unternehmenskommunikation | Tel: 0049 511 71280-128 |
Fax: 0049 511 71280-279 | E-Mail: u.braungardt@Wertgarantie.de

Robert Höwelkröger | Manager Public Relations | Tel: 0049 511 71280-677 | Fax: 0049 511 71280-
279 | E-Mail: r.hoewelkroeger@Wertgarantie.com

Marc Höppner | Manager Public Relations | Tel: 0049 511 71280-556 | Fax: 0049 511 71280-279 | E-
Mail: m.hoepfner@Wertgarantie.com

Die Wertgarantie Group ist ein in über 55 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 über 6,75 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