

„Neben den vielfältigen Sorgen unserer Zeit ist die vor einem Verlust des Wohlstandes deutlich in einer Kaufzurückhaltung erkennbar. Ein Unternehmen wie das unsere, das im Konsumbereich Versicherungen anbietet, bekommt diese Entwicklung unmittelbar zu spüren. Entscheidend ist für uns: Wir haben diese Herausforderungen souverän bewältigt!“

*Patrick Döring
Vorstandsvorsitzender Wertgarantie*

Pressemappe

März 2026



Inhalte

Zusammenfassung

Übersicht des Geschäftsjahres 2025 der Wertgarantie Group	1
---	---

Entwicklungen, Hintergründe und Kennzahlen aus den Geschäftsbereichen

Positive Entwicklung trotz angespannter Konsumlage	3
Mit Wachstum und Stabilität aus eigener Kraft zum Erfolg	7
Nicht nur Marktführer – linexo setzt neue Maßstäbe für Fahrradversicherung und -leasing	10
Wertgarantie Group überzeugt durch Top-Arbeitgeberqualitäten und starke Unternehmenskultur	13
Zukunftsinitiative für eine starke und moderne IT-Organisation	15
Wertgarantie Group verbindet Klimaschutz, Kreislaufwirtschaft und gesellschaftliches Engagement	17

Zusammenfassung

Übersicht des Geschäftsjahres 2025 der Wertgarantie Group

- **424 Millionen Euro Beitragseinnahmen**
- **Schadenszahlungen in Höhe von 231 Millionen Euro**
- **8,7 Millionen Verträge im Bestand**

Das Geschäftsjahr 2025 hat die Wertgarantie Group mit einem Neugeschäft von 1,8 Millionen Verträgen abgeschlossen. Der Bestand wuchs auf 8,7 Millionen Verträge. Die Beitragseinnahmen stiegen auf 424 Millionen Euro.

Die kombinierte Schaden-Kosten-Quote lag konzernübergreifend bei 91,9 Prozent.

Die Wertgarantie Group verzeichnete Schadenszahlungen in Höhe von 231 Millionen Euro.

Der Konzern erwirtschaftete einen Jahresüberschuss von 35 Millionen Euro.

Als Arbeitgeber hat die Unternehmensgruppe im abgelaufenen Geschäftsjahr zulegen können: Die Zahl der Beschäftigten stieg bis zum Jahresende auf über 1.360.

Entwicklungen, Hintergründe und Kennzahlen aus den Geschäftsbereichen

Positive Entwicklung trotz angespannter Konsumlage

- Neugeschäft auf stabil gutem Niveau
- Positive Entwicklung in den Auslandsmärkten
- Kunden bleiben der Unternehmensgruppe treu

Die Wertgarantie Group hat sich 2025 behauptet: Kontinuierliches Wachstum, starke Kundenbindung und gelebte Nachhaltigkeit in einem anspruchsvollen Marktumfeld zeichnen das abgelaufene Geschäftsjahr aus. Die Wertgarantie-Gruppe zieht für das Geschäftsjahr 2025 eine insgesamt positive Bilanz. „In einem weiterhin von Konsumzurückhaltung, Preissteigerungen und Unsicherheiten geprägten Umfeld ist es unserer Unternehmensgruppe gelungen, die Position weiter zu stärken, die Widerstandsfähigkeit des Geschäftsmodells zu beweisen und zentrale Zukunftsthemen gezielt voranzutreiben“, ordnet Patrick Döring, Wertgarantie-Vorstandsvorsitzender, ein.

Angesichts eines dauerhaft schwachen konjunkturellen Umfelds, einer stagnierenden Wirtschaftsleistung und einer hohen Sparquote sah sich Wertgarantie mit anspruchsvollen Rahmenbedingungen konfrontiert, verdeutlicht Patrick Döring: „Neben den vielfältigen Sorgen unserer Zeit – von globalen Krisen bis zu gesellschaftlichen Unsicherheiten – ist die Sorge vor einem Verlust des Wohlstandes deutlich in einer Kaufzurückhaltung erkennbar. Ein Unternehmen wie das unsere, das im Konsumbereich Versicherungen anbietet, bekommt diese Entwicklung unmittelbar zu spüren. Entscheidend ist für uns: Wir haben diese Herausforderungen souverän bewältigt!“

Mit 1,8 Millionen Neuverträgen blickt die Wertgarantie Group auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurück. Im Geschäftsfeld CE wurden 1,6 Millionen Neuverträge erreicht. Mit diesen Zahlen ist es der Wertgarantie gelungen, das Rekordjahr 2024 zu bestätigen. Auf dem deutschen Markt sowie in Österreich entwickelte sich das Neugeschäft insgesamt stabil auf konstantem Niveau. In Spanien, Frankreich und den Niederlanden gelang zudem ein spürbarer Zuwachs. Die Relevanz des Auslandsgeschäftes der Unternehmensgruppe wächst weiter: Etwa ein Drittel der Verträge bestehen außerhalb Deutschlands, etwa ein Fünftel des Beitragsvolumens wird im Ausland generiert.

Der Vertragsbestand der Wertgarantie Group hat sich weiterhin positiv und stabil entwickelt, dazu trägt insbesondere die Beständigkeit der Kundinnen und Kunden der Unternehmensgruppe bei. „Viele unserer Versicherten führen ihre Verträge über einen langen Zeitraum fort und bleiben uns dauerhaft verbunden. Mit dieser Kundenbasis bleibt die Unternehmensgruppe langfristig stabil und zukunftsfähig“, sagt Vorstandsvorsitzender Patrick Döring.

Die Ergebnisse des Geschäftsjahres 2025 bestätigen den Anspruch und verdeutlichen die erfolgreiche Arbeit. Die Wertgarantie Group hat das Geschäftsjahr 2025 mit 8,7 Millionen Verträgen abgeschlossen. „Wir schaffen es, durch die Kombination aus persönlicher Betreuung, digitalen Angeboten und schneller, unkomplizierter Hilfe im Schadenfall unsere Kundenbindung nachhaltig zu stärken. Angesichts der Herausforderungen im Markt ist dies wichtiger denn je“, unterstreicht Patrick Döring. Der Net Promoter Score von 64 im vergangenen Jahr ist ein Beleg für die außergewöhnlich hohe Kundenzufriedenheit. Im Branchenvergleich der Versicherungswirtschaft stellt dieses Ergebnis einen überdurchschnittlichen Spitzenwert dar.

Trotz des insgesamt rückläufigen Absatzes von Fahrrädern und E-Bikes im vergangenen Jahr ist es der Marke linexo by Wertgarantie gelungen, die starke Marktposition zu festigen und mit Blick auf die Bestandszahlen weiter auszubauen: 850.000 Kundinnen und Kunden haben sich für einen Schutz von linexo entschieden. „Der Wettbewerb unter den Versicherern hat deutlich zugenommen“, erklärt Patrick Döring. „Mit den Ergebnissen unseres Bikebereichs haben wir uns an der Spitze behaupten können.“ Mit den kontinuierlich steigenden Bestandszahlen nähert sich die Marke linexo in absehbarer Zeit der Millionengrenze und stärkt ihre Position im Markt deutlich.

Von der dynamischen Entwicklung im Bike- und E-Bike-Leasing konnte auch linexo profitieren. Die Kombination von Leasing und Versicherung aus einer Hand wurde von vielen Händlern und Kunden als Vorteil wahrgenommen. „Wir haben mit linexo unter Beweis gestellt, wie traditionelle Versicherung und Leasingkompetenz erfolgreich mit Innovationen und digitalen Lösungen verbunden werden können.

Unsere Marke hat sich sowohl im Segment Versicherung als auch im Leasing klar positioniert – und einige der innovativen Ansätze, die wir in der kurzen Zeit eingeführt haben, finden inzwischen im Markt Anerkennung und Umsetzung“, unterstreicht Patrick Döring.

Mit der Auszeichnung des Deutschen Nachhaltigkeitspreises Produkte 2026 im Bereich „Ressourcen“ wurde der Komplettschutz von Wertgarantie für Elektronikgeräte als Vorreiter für nachhaltigen Konsum geehrt. „Wertgarantie steht für den Grundsatz ‚Reparieren statt Wegwerfen‘ – das ist fester Bestandteil unserer Identität“, erläutert Vorstandsvorsitzender Patrick Döring. „Unser Beispiel zeigt, dass verantwortungsvolles Handeln und unternehmerischer Erfolg kein Widerspruch sind. Die Verleihung des Deutschen Nachhaltigkeitspreises ist für uns Anerkennung und Motivation zugleich: Wir setzen uns weiterhin entschlossen dafür ein, dass Reparaturen selbstverständlich werden und nachhaltiges Konsumverhalten in der Gesellschaft Einzug hält.“

In wirtschaftlich unsicheren Zeiten bleibt die Wertgarantie Group auch als Arbeitgeber konsequent auf Stabilität und Wachstum ausgerichtet. Mit einem Anstieg der Belegschaft auf 1.360 Mitarbeitende verzeichnete das Unternehmen erneut einen Personalzuwachs – ein klares Signal für sichere Arbeitsplätze mit langfristiger Perspektive. Dabei sorgen flexible Arbeitszeitmodelle sowie moderne, hybride Arbeitsformen für die Vereinbarkeit von Familie, Beruf und die Förderung individueller Lebensentwürfe. Am Heimatstandort in Hannover sind rund 900 Mitarbeitende beschäftigt. „Wir sind in Hannover und der Region seit Jahren ein verlässlicher Arbeitgeber. Wir übernehmen Verantwortung und kümmern uns“, sagt Patrick Döring.

Auf eine mögliche Trendwende bei der Verbraucherstimmung will sich die Wertgarantie Group nicht verlassen. Das angestrebte Bestandswachstum im Jahr 2026 soll vielmehr aus eigener Kraft erzielt werden. Innovative Produkte und Services mit Mehrwert für Handel, Kunden und Umwelt sowie der gezielte Ausbau strategischer Partnerschaften bilden dafür die Grundlage. „Wir ruhen uns nicht auf dem bisher Erreichten aus, sondern verfolgen unsere Ziele mit klarem Fokus und Ausdauer. Nur mit einer klaren Wachstumsorientierung können wir langfristig

erfolgreich bleiben“, betont Patrick Döring. „Kontinuierliches Wachstum ist ein zentraler Bestandteil unserer Entwicklung – Wachstum gehört zur DNA von Wertgarantie.“

Die Wertgarantie Group 2025 in Zahlen (in Klammern Geschäftsjahr 2024)

Beitragseinnahmen	424 Mio. Euro (391 Mio. Euro)
Konzernjahresüberschuss	35 Mio. Euro (34 Mio. Euro)
Neuverträge	1,8 Mio. (1,8 Mio.)
Vertragsbestand	8,7 Mio. (8,4 Mio.)
Summe Schadenaufwendungen	231 Mio. Euro (209 Mio. Euro)
Combined Ratio	91,9 % (91,1 %)
Mitarbeitende	1.360 (1.310)
Mitarbeitende Standort Hannover	900 (> 840)

Mit Wachstum und Stabilität aus eigener Kraft zum Erfolg

- Bestandswachstum bei den Vertragszahlen
- Gebrauchtgerätestrategie zeigt Wirkung
- Schutz von Küchenelementen im Komplettschutz

Das Geschäftsjahr 2025 stand für Wertgarantie im Zeichen eines anspruchsvollen Marktumfelds, aber zugleich stabiler Partnerschaften sowie der konsequenten Weiterentwicklung des Produktportfolios. „2025 war kein Jahr mit großen Impulsen aus dem Markt. Umso wichtiger war es, dass wir aus eigener Kraft stabil geblieben sind und weiter wachsen konnten“, blickt der Wertgarantie-Vorstandsvorsitzende Patrick Döring zurück.

Konjunkturelle Faktoren wie ein negatives Geschäftsklima und ein seit Jahren stagnierendes Bruttoinlandsprodukt erschweren den Unternehmen sowohl das operative Geschäft als auch die strategische Planung. Trotz der herausfordernden Rahmenbedingungen konnte das Geschäftsjahr im CE-Bereich länderübergreifend erfolgreich abgeschlossen werden: Über 1,6 Millionen Neuverträge wurden erzielt. Der Bestand konnte ausgebaut werden und liegt bei insgesamt 7,8 Millionen Kunden. „Auch ohne Rückenwind aus dem Konsum hat sich gezeigt, dass unser Geschäftsmodell trägt – vor allem durch engagierte Partner und unser starkes Team im Außendienst und Innendienst“, hebt Patrick Döring hervor.

Der Fachhandel bleibt für Wertgarantie wichtigster Vertriebskanal. Hier ist der Ort, an dem Beratung, Service und Versicherung zusammenkommen. Trotz getrübler Konsumentenstimmung konnten sowohl Fachhandel als auch Wertgarantie positive Entwicklungen verzeichnen. Beispielhaft hat sich erneut die Warengruppe „Weiße Ware“ als stärkstes Segment bei Wertgarantie behauptet. „Einerseits basiert dies auf unseren Trainings für Techniker, Werkstattteams und Kundendienste. Andererseits profitieren wir erheblich von unseren engen Kooperationen mit BSH, Miele und Liebherr“, erklärt Patrick Döring. Zudem habe sich das Festhalten an der Gebrauchtgeräte-Strategie ausgezahlt. „Und wir sehen hier, trotz vieler Wettbewerber, noch weiteres Potenzial, da kaum mehr als drei Prozent aller Geräte in den Haushalten gegen Reparaturkosten versichert sind.“

Welchen Stellenwert die Reparatur von Elektrogeräten mittlerweile hat, zeigt der Gewinn des Deutschen Nachhaltigkeitspreises. Der Komplettschutz für Elektronikgeräte von Wertgarantie hat den Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2026 in der Kategorie Produkte im Transformationsfeld ‚Ressourcen‘ gewonnen. Damit ist der Komplettschutz das erste Versicherungsprodukt, das je auf Produktebene prämiert wurde. Die renommierte Auszeichnung würdigt das Engagement des Spezialversicherers für die Stärkung der Kreislaufwirtschaft im Elektroniksektor. „Nachhaltigkeit ist für uns kein Zusatzthema, sondern ein strategischer Kern unseres Geschäfts – gerade im Kontext von Reparatur und längerer Gerätenutzung“, unterstreicht Vorstandsvorsitzender Patrick Döring.

Für das aktuelle Geschäftsjahr hat sich das Unternehmen viel vorgenommen. Die neu gewonnenen Partnerschaften werden weiter ausgebaut, neue Vertriebspartner konnten gewonnen werden, insbesondere mit den Komplettschutz-Versicherungen, etwa für Küchenelemente und -geräte. Hier betritt Wertgarantie neues Terrain und kann bereits ein Partnernetz von über 600 Fachmärkten vorweisen. Auch als Marktführer im Hörgeräteschutz entwickelt das Unternehmen die Angebote weiter. Mit dem Ausbau der Brillenversicherung reagierte das Unternehmen darüber hinaus auf einen Markt mit wachsender Nachfrage nach Schutzlösungen für hochwertige Alltagsprodukte. Besonders attraktiv ist die Brillenversicherung durch ihre Leistungen: Reparaturkostenabsicherung, Schutz bei Glasbruch, Verschleiß oder Verlust und die unkomplizierte Einbindung in Beratung und Verkauf beim Optik-Fachhandel. Der Wertgarantie-Schutz für Hörgeräte und Brillen wird mittlerweile an mehr als 700 Standorten angeboten. Dazu gehören viele traditionelle Hörakustiker und Mischbetriebe, aber auch inhabergeführte Filialisten aus der Hörakustik oder der Optik.

Neue Wege geht Wertgarantie mit dem Angebot „Mieten statt Kaufen“. Nach der erfolgreichen Übernahme des Mietgeschäfts des Club.Weiss in Österreich folgte nun eine Pilotphase auf dem Heimatmarkt, die derzeit erweitert wird. Während das Konzept auf 25 Jahre Erfahrung in Österreich blicken kann, ist die Option, Hausgeräte zu mieten statt sie zu kaufen, in Deutschland echtes Neuland. „Die Nutzungsgewohnheiten verändern sich. Immer mehr Menschen wollen Produkte flexibel nutzen statt dauerhaft besitzen“, ordnet Patrick Döring ein. „Angebote wie

unseres werden keine Massenmärkte ersetzen, aber sie können unser Portfolio sinnvoll ergänzen und neue Zielgruppen erschließen.“ In Österreich wird „Mieten statt Kaufen“ derzeit bei mehr als 170 Fachhandelspartnern angeboten – Tendenz steigend. In Deutschland ist die Pilotphase bisher sehr erfolgreich verlaufen, sodass ein Roll-out im Laufe des Jahres möglich ist.

Trotz der weiterhin herausfordernden gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen blickt Wertgarantie sehr zuversichtlich auf das aktuelle Geschäftsjahr. Das Unternehmen verfolgt die ökonomischen Entwicklungen kontinuierlich und richtet sich strategisch mit dem Blick nach vorn aus. „Wir sind mit Optimismus und Augenmaß in das Jahr 2026 gestartet“, verdeutlicht Patrick Döring. „Wir rechnen in diesem Jahr mit moderatem Wachstum, getragen von stabilen Partnerschaften. Wir werden den Markt weiter mit Aktionen, Services und neuen Ideen beleben – so wie man uns kennt!“

Nicht nur Marktführer – linexo setzt neue Maßstäbe für Fahrradversicherung und -leasing

- **Erfolgreiches Neugeschäft trotz herausforderndem Marktumfeld**
- **Verlässlicher Innovationsführer im Fahrradleasing**
- **Starke Partnerschaft und Digitalisierung steigern den Service für Fachhandel und Endkunden**

Trotz eines für die Fahrradbranche gemischten Geschäftsjahres 2025 blickt die Bike-Marke linexo by Wertgarantie positiv zurück. Dem durch rückläufige Verkaufszahlen, hohen Lagerbestand und steigenden Preisdruck geprägten Marktumfeld setzte linexo eine konsequente Verbindung aus Fahrradleasing und -versicherung aus einer Hand, ein Höchstmaß an Digitalisierung sowie persönliche Betreuung entgegen. Das Konzept, gemeinsam mit den Partnern im Fachhandel auf zeitgemäße Lösungen für Kundinnen und Kunden zu setzen, ging auf.

„Die gesamtwirtschaftlichen Entwicklungen im Fahrradmarkt machten das abgelaufene Jahr zu einem anspruchsvollen Geschäftsjahr, in dem wir mit großem Engagement erfolgreich agieren konnten“, ordnet Patrick Döring, Vorstandsvorsitzender Wertgarantie, ein. linexo ist es gelungen, unter schwierigen Rahmenbedingungen die Marktposition zu halten, das Dienstleistungsangebot im Bereich Leasing weiter auszubauen und die Partnerschaften zu festigen sowie zu erweitern.

Die Vertragsbestände entwickelten sich positiv: Bei der Zahl der Neuverträge konnte linexo zulegen. Insgesamt wurden im vergangenen Jahr über 150.000 Neuverträge erzielt. Auch bei den Bestandsverträgen wurde zum Jahresende ein neuer Höchstwert erreicht: Insgesamt 850.000 Kundinnen und Kunden vertrauen auf die umfassenden Schutzlösungen von linexo.

Dass Fahrradabsicherungen aus Kundensicht sinnvoll sind, zeigt die neueste Befragung von linexo und Statista: Fahrrad- und E-Bike-Besitzerinnen und Besitzer geben darin Reparaturkosten für erlebte Schäden zwischen 120 Euro bei etwa Verschleiß am Fahrrad und 567 Euro beim Unfallschaden mit E-Bike an. Mit dem Aktionskomplettschutz 2026, der pünktlich zum Start der Saison auf den Markt

kommt, sorgt linexo gezielt für die passende Absicherung — und schafft damit Mehrwert für Kunden und Partner. In enger Zusammenarbeit mit dem Fachhandel wurden innovative Features wie Schutz für Gebrauchträder und Leasingrückläufer, erweiterter Reparaturschutz, High Security-Tarife und flexible Zahlungsmodelle entwickelt. Das Produkt greift Trends wie den Zweitmarkt oder die Integration digitaler Sicherheitssysteme auf und bietet dadurch echten Mehrwert für Endkunden und Partner. linexo honoriert darüber hinaus die Partnerschaft auf Augenhöhe: Als einziger Anbieter zahlt linexo Provisionen an den Fachhandel für die Bearbeitung der Leasingverträge – eine Wertschätzung des tatsächlichen administrativen Aufwands. Die Konditionen sind bis mindestens Ende 2030 garantiert und schaffen Sicherheit. „Wir glauben an langlebige, verlässliche Partnerschaften – wirtschaftliche Fairness, transparente Strukturen und maximale Digitalisierung sind unsere Erfolgsfaktoren“, sagt Sören Hirsch, Bereichsleitung Bike.

linexo hat als erster Anbieter im Markt eine Schnittstelle realisiert, die die vollständige Abwicklung eines Leasingangebots inklusive Freigabe- und Abholprozessen direkt im System des Fachhändlers ermöglicht. Der linexo-Ansatz ist eindeutig: Transparenz, wirtschaftliche Fairness gegenüber dem Handel und Effizienz in der Abwicklung sind keine Gegensätze – sie sind die Grundlage eines stabilen, langfristig erfolgreichen Leasingmodells, ordnet Sören Hirsch ein: „Die Fachhändlerinnen und Fachhändler sind die entscheidende Schnittstelle zu den Kunden: Sie verfügen über das Produkt- und Service-Know-how und übernehmen die qualifizierte Beratung. So tragen sie maßgeblich zur Attraktivität und Abschlussquote des Dienstradleasings bei.“ Der deutsche Fahrradfachhandel honoriert diesen Ansatz und kürte linexo beim SAZbike-Award zum „Besten Handelspartner“ im Bereich Leasing. Bereits zum zweiten Mal in Folge steht man somit ganz oben in der Gunst der Fachhändlerinnen und Fachhändler.

Diese Wertschätzung des Handels bestärkt linexo, den eingeschlagenen Wachstumskurs konsequent fortzusetzen, wie Vorstand Patrick Döring betont: „Unser Ziel ist es, gemeinsam mit dem Fachhandel die Zukunft der Bikebranche zu gestalten, das Potenzial ist vorhanden: Die steigende Bedeutung von aktiver Mobilität, der stetig zunehmende Anteil an E-Bikes sowie das zunehmende

Sicherheitsbedürfnis vieler Radfahrerinnen und Radfahrer bieten uns beste Chancen für weiteres Wachstum.“

Wertgarantie Group überzeugt durch Top-Arbeitgeberqualitäten und starke Unternehmenskultur

- Nachhaltiges Wachstum der Beschäftigten
- Unternehmensgruppe ist unter den Top 1 % der Arbeitgeber
- kontinuierliche Weiterentwicklung – individuell, fachlich und technologisch

In Zeiten wirtschaftlicher Unsicherheit und konjunktureller Herausforderungen steht die Wertgarantie Group in Hannover für stabile Arbeitsplätze, eine wertschätzende Unternehmenskultur und gezielte Weiterentwicklung ihrer Mitarbeitenden. Die Unternehmensgruppe wächst weiter und bekräftigt ihre Rolle als sicherer und attraktiver Arbeitgeber.

Während sich die Belegschaft vor einem Jahr noch auf 840 Mitarbeitende am Standort Hannover belief, sind es mittlerweile rund 900. Insgesamt sind in der Wertgarantie Group und ihren Unternehmen europaweit 1.360 Menschen beschäftigt. „Besonders in diesen Zeiten ist es nicht selbstverständlich, sichere Arbeitsplätze mit langfristiger Perspektive zu bieten“, hebt Wertgarantie-Vorständin Susann Richter hervor. „Dass wir den aktuellen Herausforderungen erfolgreich begegnen, ist vor allem dem gemeinsamen Engagement unserer Mitarbeitenden zu verdanken. Ihre Kompetenz, ihr Einsatz und ihre Bereitschaft, Veränderungen aktiv mitzugestalten, sind zentrale Erfolgsfaktoren unseres Unternehmens.“

Bei der Wertgarantie Group finden Mitarbeitende ein Arbeitsumfeld, das von Wertschätzung, Vielfalt, vertrauensvoller Zusammenarbeit und individuellen Entwicklungsmöglichkeiten geprägt ist. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf der kontinuierlichen Weiterentwicklung der organisatorischen Rahmenbedingungen. Arbeitsprozesse werden regelmäßig überprüft und optimiert, um effiziente und moderne Arbeitsstrukturen zu gewährleisten. Gleichzeitig investiert das Unternehmen gezielt in digitale Lösungen einschließlich Anwendungen auf Basis künstlicher Intelligenz, die Mitarbeitende bei ihren Aufgaben unterstützen und Abläufe vereinfachen sollen. Neben der technologischen Weiterentwicklung spielt auch die Unternehmenskultur eine entscheidende Rolle. Die Zusammenarbeit im

Unternehmen ist von einem familiären Miteinander geprägt, das auf gegenseitigem Respekt und Offenheit basiert. Ein wichtiger Bestandteil ist dabei die gelebte Feedbackkultur, die den kontinuierlichen Austausch fördert und zur persönlichen sowie organisatorischen Weiterentwicklung beiträgt.

„Mit diesem ganzheitlichen Ansatz verfolgt das Unternehmen das Ziel, auch künftig attraktive und zukunftsfähige Arbeitsbedingungen zu bieten“, unterstreicht Susann Richter. „Dazu zählen auch umfangreiche Benefits wie z.B. ein Programm zur Beteiligung am Unternehmenserfolg, besondere Zuwendungen bei Jubiläen, Übernahme von Krippenbetreuungskosten, das kostenfreie Deutschlandticket, ein unternehmenseigenes Fahrradleasing-Angebot sowie vielfältige Gesundheitsangebote aus den Bereichen Bewegung, Ernährung, Sport und mentale Gesundheit.“

Das Engagement sticht heraus und wird gewürdigt: Bereits zum fünften Mal in Folge erhielt die Wertgarantie Group den renommierten Leading Employer Award, gehört damit zu den Top 1 % der Arbeitgeber in Deutschland und belegt aktuell in der Region Hannover sogar den Spitzenplatz. Die Auszeichnung bewertet Unternehmen in ihrer Mitarbeiterorientierung. Zu den besonderen Stärken der Wertgarantie Group zählen laut der Meta-Studie unter anderem die hohe Work-Life-Quality, Attraktivität und Image, Recruiting-Leistung, Employee Experience sowie das Engagement im Bereich Nachhaltigkeit. „Wir freuen uns sehr über die erneute Auszeichnung mit dem Leading Employer Award. Sie unterstreicht, dass die Wertgarantie Group nicht nur unternehmerisch, sondern auch als Arbeitgeberin sehr gut aufgestellt ist“, sagt Susann Richter. „Mit unserem langfristigen Engagement für eine wertschätzende Unternehmenskultur, attraktive Arbeitsbedingungen, umfangreiche Benefits und die kontinuierliche Entwicklung unserer Mitarbeitenden gestalten wir gemeinsam die Zukunft unseres Unternehmens stabil, nachhaltig und mit klarer strategischer Ausrichtung. So führen wir unsere über 60-jährige Erfolgsgeschichte fort und wachsen sogar über uns hinaus.“

Zukunftsinitiative für eine starke und moderne IT-Organisation

- **Kontinuierliche Weiterentwicklung der IT-Organisation**
- **Mitarbeitende sind als Treiber des Wandels eingebunden**
- **Transparente Prozesse für mehr Effizienz und Wettbewerbsstärke**

Die digitale Transformation schreitet mit rasanter Geschwindigkeit voran und Unternehmen stehen mehr denn je vor der Herausforderung, ihre Zukunftsfähigkeit und Wettbewerbsstärke zu sichern. Eine leistungsfähige und moderne IT ist damit zu einem entscheidenden Erfolgsfaktor geworden. Doch es reicht nicht aus, ausschließlich in moderne IT-Infrastruktur zu investieren. Ebenso wichtig ist es, Prozesse und Strukturen fortlaufend anzupassen und die Mitarbeitenden in diesen Wandel einzubinden und weiterzuentwickeln. Die Wertgarantie Group hat eine Zukunftsinitiative gestartet, um ihre strategische Weiterentwicklung voranzutreiben.

Mit ihrer neuen Initiative „mITeinander“ setzt die Unternehmensgruppe konsequent darauf, die IT-Organisation gemeinsam mit allen Mitarbeitenden weiterzuentwickeln, verdeutlicht Udo Buermeyer, Vorstand Informationstechnologie der Wertgarantie Group. „Lösungen für unser Unternehmen, unsere Kundinnen und Kunden und jeden einzelnen Mitarbeitenden dürfen nicht an alten Denkweisen oder überholten Prozessen scheitern. Mit mITeinander wollen wir schneller, flexibler und effizienter werden.“

Im Unterschied zu klassischen Top-Down-Projekten setzt die Wertgarantie Group hierbei konsequent auf Beteiligung: Veränderungen werden nicht für die Mitarbeitenden entworfen, sondern von Beginn an mit ihnen zusammen gestaltet. Bei „mITeinander“ sind alle beteiligten Kolleginnen und Kollegen konkrete Co-Designer einer zukunftsfähigen, gemeinschaftlichen IT-Organisation. „Wir haben den Rahmen geschaffen, damit Maßnahmen von innen heraus entwickelt und umgesetzt werden können“, unterstreicht Udo Buermeyer.

Umsetzung und Erfolg der Initiative werden durch verschiedene, speziell gebildete Teams ermöglicht. Alle Mitarbeitenden sind eingeladen, ihre Erfahrungen und ihr Feedback aktiv einzubringen, sodass diese direkt in die Weiterentwicklung der IT

und der Zusammenarbeit einfließen, erklärt Udo Buermeyer: „Wir wollen dabei nicht für die Teams entscheiden, sondern gemeinsam mit ihnen gestalten.“

Die Initiative verfolgt klar definierte Ziele: Mehr Transparenz, Effizienz und messbare Verbesserungen. Dazu zählen unter anderem Reduktion von Doppelarbeit, höhere Planungssicherheit, optimierte Ressourcenverteilung sowie eine gesteigerte Reaktionsfähigkeit und erhöhte Kundenzufriedenheit. Die kontinuierliche Weiterentwicklung der IT-Architektur erhöht die Wettbewerbsfähigkeit – und macht die Organisation zudem attraktiver, sowohl für heutige als auch für künftige Beschäftigte.

Wertgarantie Group verbindet Klimaschutz, Kreislaufwirtschaft und gesellschaftliches Engagement

- Auszeichnung mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis
- Gemeinsames Positionspapier mit Verbundgruppen
- Förderung von gesellschaftlichem Engagement

Nachhaltigkeit ist für die Wertgarantie Group ein integraler Bestandteil der Unternehmensstrategie und wird ganzheitlich im Geschäftsmodell, Geschäftsbetrieb, Arbeitgeberversprechen sowie in der Kunden- und Partnerbeziehung integriert. Die Nachhaltigkeitsstrategie 2025+ bündelt diese Bemühungen und macht den positiven Einfluss auf die Themen Kreislaufwirtschaft und aktive Mobilität sichtbar. Ein sichtbares Zeichen des Engagements ist die Auszeichnung mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2026 für den Komplettschutz für Elektronikgeräte.

Mit dem Nachhaltigkeitsengagement verbindet das Unternehmen wirtschaftlichen Erfolg mit bewusstem, verantwortungsvollem Handeln. Sechs zentrale Handlungsfelder strukturieren die Nachhaltigkeitsstrategie 2025+, darunter Gesellschaft und Engagement, Digitalisierung, Mitarbeitende sowie Umwelt und Klima. Im letzteren unterstützt das Unternehmen zum Beispiel Klima- und Naturschutzprojekte mit finanziellen Mitteln. Mit den Impact-Handlungsfeldern Aktive Mobilität und Kreislaufwirtschaft will das Unternehmen seine Rolle als Treiber nachhaltiger Konsummuster weiter ausbauen. Im Fokus stehen dabei insbesondere die Förderung von Reparaturen, die Reduktion von Elektroschrott und die Stärkung nachhaltiger Mobilitätslösungen.

Im vergangenen Jahr erhielt die Wertgarantie Group den Deutschen Nachhaltigkeitspreis. Der Preis gilt als einer der wichtigsten Nachhaltigkeitspreise Europas. Ausgezeichnet wurde der Wertgarantie Komplettschutz für Elektronikgeräte. In der Jurybegründung wurden nicht nur technologische Innovationskraft, sondern besonders die nachweisliche Wirkung auf den schonenden Umgang mit Ressourcen und die Förderung nachhaltiger Konsum- und Produktionsmethoden hervorgehoben. Der Komplettschutz trägt aktiv dazu bei, Elektroschrott zu vermeiden und den Ressourcenverbrauch für Neuproduktionen

zu senken. Das Konzept überwindet dabei kulturelle und ökonomische Hürden, sodass die Reparatur wieder zur attraktiven und selbstverständlichen Lösung wird, hob die Jury hervor. Das Netzwerk von mehr als 2.000 Reparaturwerkstätten fördert die regionale Wertschöpfung und sichert Arbeitsplätze im Handwerk. Begleitende Initiativen von Wertgarantie wie Aufklärungsarbeit, Studien zum Elektroschrottaufkommen sowie innovative Visualisierungen, beispielsweise durch die Kunstskulptur „Wertgigant“, schärfen zudem das Bewusstsein für Kreislaufwirtschaft und nachhaltigen Konsum in der Öffentlichkeit und Wirtschaft. „Wir sind überaus stolz, dass sowohl unser Produkt als auch unser Engagement ausgezeichnet wurden“, sagt Konrad Lehmann, Vorstand Wertgarantie. „Besonders freut es uns auch, dass außerdem unsere Marke linexo by Wertgarantie in der Kategorie ‚Klima‘ für das Engagement im Bereich Dienstrad-Leasing und Förderung aktiver Mobilität nominiert war. Das bestätigt uns, dass wir die richtigen Impulse setzen.“

Auch politisch hat das Thema Reparatur erheblich an Bedeutung gewonnen. Die EU-Richtlinie zum „Recht auf Reparatur“ verfolgt das Ziel, Reparaturen als sinnvolle Alternative zum Neukauf zu stärken und die Nutzungsdauer von Produkten zu verlängern. Die Vorgaben der Richtlinie betreffen Hersteller, Händler, Verbraucher sowie Reparaturbetriebe und sollen einen fairen Zugang zu Reparaturmöglichkeiten schaffen. Wertgarantie hat gemeinsam mit dem Bundesverband Technik des Einzelhandels (BVT) eine Studie beim IFH Köln in Auftrag gegeben und die Ergebnisse im Rahmen einer Podiumsdiskussion bei der IFA Berlin 2025 unter der Überschrift „Let’s talk about ReEconomy“ mit Experten diskutiert. Die Ergebnisse zeigen: Die wachsende Komplexität moderner Elektrogeräte und das gestiegene Bewusstsein der Verbraucher führen zu einer erwarteten Zunahme professioneller Reparaturen. 80 Prozent der befragten Fachhandelsunternehmen gehen davon aus, dass künftig mehr Reparaturen erforderlich werden, über die Hälfte verzeichnet bereits eine steigende Nachfrage.

Um die Vorgaben der EU-Richtlinie in nationales Recht umzusetzen, hat das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz zu Jahresbeginn einen entsprechenden Referentenentwurf vorgelegt. Wertgarantie begrüßt diesen Schritt grundsätzlich, sieht aber noch Klärungsbedarf in einigen Details: „Der Anfang des

Jahres veröffentlichte Referentenentwurf findet grundsätzlich Zustimmung“, erklärt Vorstand Konrad Lehmann. „Wir sehen die Richtlinie als wichtigen Schritt, um Reparaturen zu stärken und die Lebensdauer von Produkten zu verlängern. Dennoch gilt es, die noch offenen Detailfragen in der Umsetzung dringend zu klären – etwa in Bezug auf bürokratische Anforderungen, Kosten und Umsetzbarkeit.“

Vor dem Hintergrund hat Wertgarantie zusammen mit den Verbundgruppen ElectronicPartner, Euronics und expert mit einem gemeinsamen Positionspapier eine Basis geschaffen, die den Austausch und die strategische Kooperation im Handlungsfeld „Recht auf Reparatur“ fördert. Die beteiligten Unternehmen verfolgen das gemeinsame Ziel, die angeschlossenen Fachhandels- und Servicebetriebe bei der Umsetzung der gesetzlichen Vorgaben zu unterstützen, Ressourcen zu bündeln und Anforderungen sowie Erfahrungen untereinander und mit den politischen Gremien zu diskutieren.

Nachhaltigkeit geht bei der Wertgarantie Group über die Themen Reparatur und Kreislaufwirtschaft hinaus – sie umfasst auch gesellschaftliches Engagement. Mit einem Corporate Volunteering fördert die Unternehmensgruppe beispielsweise den Einsatz der Mitarbeitenden für soziale Projekte. Rund 35 engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben sich innerhalb der Arbeitszeit allein im vergangenen Jahr in vier verschiedenen Einsätzen eingebracht – insgesamt wurden rund 170 Stunden investiert. „Das großartige Engagement der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter spricht für sich. Wir begleiten und fördern diesen Einsatz, weil er unsere Werte im Alltag sichtbar macht und unterstreicht, wofür wir als Unternehmensgruppe stehen“, sagt Konrad Lehmann.

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.hoeppner@wertgarantie.com