

SV KOMPAKT 2026

UNSERE ERFOLGE UND PERSPEKTIVEN



03

Vorwort

Unsere Erfolge und Perspektiven

Die SV blickt 2025 auf ein sehr erfolgreiches Jahr. Vorstandsvorsitzender Dr. Andreas Jahn fasst das Jahr in seinem Vorwort zusammen.

05

Service und Beratung

Kundenservice im Fokus

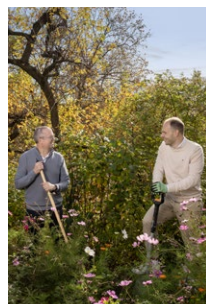
Im Gespräch mit dem Fachexpertentrio Verena Müller, Robin Reinhard und Karsten Reinhold dreht sich alles um den gelebten Kundenservice bei der SV und darum, auf welche Techniken die Experten der SV setzen.



11

Rundumschutz für Privatkunden

Der innovative PrivatSchutz

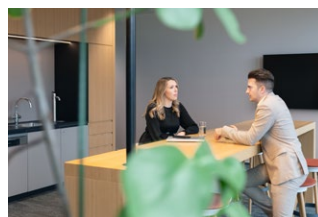


Die Experten Patrick Flamm und Stephan Diehl sprechen über die Weiterentwicklung des Privatkundenproduktes PrivatSchutz und darüber, wie Projektmanagement läuft.

17

Betriebliche Altersversorgung

Stabiler Vorsorgebaustein



Umfangreiche Vorsorgeexpertise: Dr. Valentin Haag und Stefanie Zeltmann geben einen Einblick in die Welt der bAV bei der SV und sprechen über die Vorteile der Vorsorge.

23

Personalstrategie

Moderne Ansätze im Recruiting

Im Gespräch mit dem Personalexpertenduo Tamara Grahl und Matthias Baum geht es um das Recruiting für den Innen- und Außendienst und darum, an welchen Hebeln die SV ansetzt.



29

Der Vorstand

Die Mitglieder des Vorstands der SV

05 SV Konzern
Strategie, Zahlen und Kundenfokus

11 SV Gebäudeversicherung AG
Schutz und Service im Überblick

17 SV Lebensversicherung AG
Vorsorge, Sicherheit und Flexibilität für die Zukunft

23 SV Nachhaltigkeit
Verantwortung für morgen

30 Technologie & Trends
Zukunftstechnologien, Innovationen und IT-Anwendungen

31 SV auf einen Blick
Die SV in Zahlen und Fakten

33 Weitere Informationen
Adressen und Impressum



Infos zur Titelseite:
Die Aufnahme zeigt den Blick auf die Metallskulptur „Zeitbalance“ des Erfurter Künstlers Thomas Lindner im Foyer am SV Standort in Wiesbaden von unten.



DR. ANDREAS JAHN
Vorsitzender des Vorstands

Liebe Leserinnen und Leser,

wir blicken auf ein sehr erfolgreiches Jahr 2025 zurück. Unser Kurs mit der Unternehmensstrategie „Fokus Kunde“ bestätigt sich weiterhin: Das Neugeschäft erreicht erneut Höchstwerte und führt zu starkem Prämienwachstum, die Vertragszahlen steigen, und auch in der Kundenzufriedenheit haben wir uns weiter verbessert.

In der Schaden-/Unfallversicherung haben wir sehr gute Ergebnisse erzielt. Mit unserem überarbeiteten PrivatSchutz bieten wir seit Mai 2025 einen modernen und flexibel anpassbaren Versicherungsschutz. Die Schadenseite verlief sehr positiv. 2025 war in Bezug auf Elementarschäden ein Ausnahmejahr im positiven Sinne, das sich vermutlich so nicht wiederholen wird, aber die Versicherungstechnik ist gut und stabil.

Auch in der Lebensversicherung konnten wir sowohl bei den laufenden Beiträgen als auch bei den Einmalbeiträgen deutliche Zuwächse verzeichnen. Wesentliche Treiber waren die starke Nachfrage nach privater Vorsorge über fondsgebundene Produkte sowie

ein sehr erfreuliches Neugeschäft in der betrieblichen Altersvorsorge.

»
Wir bleiben auch künftig ein starker, fairer und verlässlicher Partner für die Menschen.«

Dass wir das Jahr 2025 so erfolgreich abschließen konnten, verdanken wir dem hohen Einsatz unserer Mitarbeitenden im Innen- und Außendienst sowie der engagierten Zusammenarbeit mit unseren Vertriebspartnern – den Sparkassen, den verbundenen Maklern und den Verbundunternehmen der Sparkassenorganisation.

Mit vielen Grüßen
Ihr
Dr. Andreas Jahn



Vorsitzender des Vorstands der
SV SparkassenVersicherung



3,5 Mio.
Kunden



5.436
Mitarbeitende



3,99 Mrd. Euro
Beitragseinnahmen

»
Kunden erwarten heute schnelle, verständliche und lösungsorientierte Antworten – möglichst im Erstkontakt. Dafür sind Empathie und fachliche Kompetenz unserer Mitarbeitenden entscheidend.«



Verena Müller
Spezialistin für
Qualitätsmanagement

SERVICE UND BERATUNG Kundenservice im Fokus

2025 war ein sehr erfolgreiches Jahr im Kundenservice der SV. Durch optimierte Steuerungsmaßnahmen, technische Innovationen und Prozessoptimierungen ist es gelungen, Servicelevels und die Rückstands-situation zu verbessern. Im Gespräch mit dem Fachexpertentrio Verena Müller, Robin Reinhard und Karsten Reinhold dreht sich alles um den gelebten Kundenservice bei der SV und darum, auf welche Techniken die Experten der SV setzen.

Statistik

Insgesamt werden im Kundenservice pro Jahr rund 2,1 Millionen Kunden- und Vertriebspartneranfragen manuell bearbeitet. Dazu kommen mehrere 100.000 Vorgänge, die automatisiert über sogenannte Dunkelprozesse bzw. durch Robotics verarbeitet werden.

Es werden alle gängigen Kanäle genutzt. Pro Jahr fallen circa 541.000 E-Mails – Tendenz steigend –, 767.000 Vorgänge per klassischer Post (konstant) und circa 735.000 Telefonate an. Hinzu kommen Chats, Anfragen über die Website und Kundenbesuche an den Standorten.

[🌐 Kontakt zur SV](#)

SV Konzern

1. Der einladende Foyerbereich am Wiesbadener Standort

Wie ist die SV im Kundenservice aufgestellt?

ROBIN REINHARD Im Kundenservice bündeln wir spartenübergreifend die Anliegen von Kunden und Vertriebspartnern im privaten Versicherungsgeschäft – ausgenommen Schaden. Die Anfragen erreichen uns über verschiedene Kanäle. Um sie effizient zu bearbeiten, unterscheiden wir zwischen Korrespondenz und Telefonie, in denen wir uns ganzjährig gegenseitig unterstützen.



Worauf legen Kunden im Kontakt mit der SV besonderen Wert?

VERENA MÜLLER Kunden erwarten heute schnelle, verständliche und lösungsorientierte Antworten – möglichst im Erstkontakt. Dafür sind Empathie und fachliche Kompetenz unserer Mitarbeitenden entscheidend.

Was sind klassische Herausforderungen im Austausch mit den Kunden?

KARSTEN REINHOLD Die immer komplexer werdenden Zusammenhänge zu simplifizieren und die erwartete Geschwindigkeit bei der Erfüllung von Anliegen unter betriebswirtschaftlichen Maßgaben zu erfüllen.

VERENA MÜLLER Dabei helfen beispielsweise klar formulierte und inhaltlich gut strukturierte Briefe, bei denen unsere Kunden auf den ersten Blick sehen, worum es geht und ob sie etwas tun müssen oder nicht.

Warum hat die SV eine Servicestrategie entwickelt?

KARSTEN REINHOLD Unser Ziel ist es, zu den Top-5-Serviceversicherern in Deutschland zu gehören. Mit der Servicestrategie „SPEED“ leisten wir einen zentralen Beitrag dazu.

Woran setzt die Strategie konkret an?

ROBIN REINHARD Wir gestalten unseren End-to-End-Service digitaler, effizienter und persönlicher. Dazu messen wir im Rahmen des Serviceoptimierungszyklus laufend die Kundenerfahrungen – nach einem wissenschaftlichen System im Rahmen einer permanenten Kundenzufriedenheitsbefragung. Die Ergebnisse zeigen uns, welche Erwartungen unsere Kunden an uns stellen, wo wir gut sind und wo wir gezielt nachsteuern müssen.

Gibt es Fortschritte in der Kundenzufriedenheit?

VERENA MÜLLER Ja. Maßnahmen wie verständlichere Kundenbriefe zeigen Wirkung. Sowohl bei der Telefonie als auch in der Korrespondenz erreichen wir stabile Qualitäts- und Zufriedenheitswerte auf hohem Niveau.

≈
2,1

Millionen Kunden- und Vertriebspartneranfragen werden im Kundenservice manuell bearbeitet

541.000

E-Mails kommen circa pro Jahr an

DIE EXPERTINNEN UND EXPERTEN AUS DER SV



Verena Müller arbeitet seit 2025 bei der SV. Als Spezialistin für Kundenkorrespondenz verantwortet sie im konzernweiten Qualitätsmanagement die Weiterentwicklung der schriftlichen Kundenkommunikation im Kundenservice. Sie ist in Wiesbaden tätig.



Robin Reinhard ist seit 2010 bei der SV beschäftigt, hat hier seine Ausbildung und ein Studium absolviert, war bereits zehn Jahre lang Gruppenleiter im Kundenservice-ressort und verantwortet seit einem Jahr die Kundentelefonie Stuttgart im Kundenservice Süd. Er arbeitet in Stuttgart.



Karsten Reinhold ist seit 2009 bei der SV beschäftigt, davon knapp zehn Jahre im Verkaufsaußendienst, drei Jahre im organisierenden Außendienst und verantwortet seit drei Jahren die Kundenkorrespondenz Erfurt sowie den ÖRAG-Bestand im Kundenservice Nord der SV. Er arbeitet in Erfurt.

Welche Innovationen nutzt die SV im Kundenkontakt?

KARSTEN REINHOLD Wir setzen auf technische Innovationen wie eine medienübergreifende, skillbasierte Arbeitssteuerung sowie Robotics. Viele Anliegen werden bereits automatisiert verarbeitet oder vorstrukturiert weitergeleitet. Das erhöht die Geschwindigkeit und schafft Freiräume für komplexe Fälle und den persönlichen Kontakt.



2

2. Blick auf die Fensterfront und die Flure rund um den überdachten Innenhof am SV Standort in Wiesbaden.

Was macht Ihre Arbeit bei der SV besonders?

KARSTEN REINHOLD Der Anspruch, uns täglich zu verbessern und bereichsübergreifend neue Wege zu gehen. Die Verbindung von Tradition und Innovation stärkt die Identifikation unserer Mitarbeitenden – und das spüren auch die Kunden.

ROBIN REINHARD Kaum ein Tag ist wie der andere. Die dynamische Steuerung unter wechselnden Rahmenbedingungen ist anspruchsvoll, aber sehr motivierend.

VERENA MÜLLER Mich motiviert, Kommunikation verständlich zu gestalten und Orientierung zu geben – gerade in sensiblen Situationen. Für Verlässlichkeit und Qualität mitzuwirken, bedeutet mir viel.

3. Robin Reinhard, Karsten Reinhold und Verena Müller (v. l. n. r.) tauschen sich intensiv über den Kundenservice der SV aus.



3

DIE SV ERNEUT MIT STARKEM WACHSTUM UND SEHR GUTEN ERGEBNISSEN

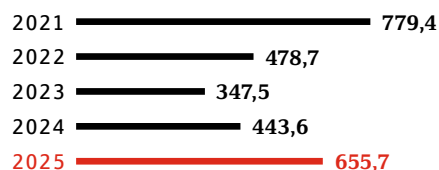
Die SV blickt 2025 auf ein sehr gutes Geschäftsjahr zurück – und das in geopolitisch, politisch und wirtschaftlich bewegten Zeiten. Die SV erweist sich als stabiler Partner. In der Schaden-/Unfallversicherung und in der Lebensversicherung verzeichnete die SV ein sehr starkes Neugeschäft und steigende Beiträge.

Der SV Konzern erzielte im abgelaufenen Geschäftsjahr einen Konzernjahresüberschuss nach HGB in Höhe von 147,0 Millionen Euro (Vorjahr: 103,2). Die gebuchten Bruttobeiträge saG (ohne Pensionsfonds) stiegen um 7,2 Prozent auf 3,99 Milliarden Euro (3,73). Infolge eines großen Abschlusses des SV Pensionsfonds legten die gebuchten Bruttobeiträge saG des Konzerns um 33,6 Prozent auf 5,0 Milliarden Euro (3,74) zu. In der Schaden-/Unfallversicherung stiegen sie um 6,1 Prozent, in der Lebensversicherung um 8,8 Prozent. Die Schadenaufwendungen der SV Gebäudeversicherung gingen aufgrund des außergewöhnlich schadenarmen Elementarschadenjahres zurück.

Bei ihrem Schaden-Unfallversicherer erzielte die SV im Neugeschäft erneut eine Bestmarke. Das 2025 vollständig überarbeitete Privatkundenprodukt PrivatSchutz hat hierzu einen starken Beitrag geleistet. Der Lebensversicherer erzielte im Neugeschäft ein weiteres Rekordjahr seit dem steuerlich begründeten Ausnahmejahr 2004. Getrieben ist das gute Ergebnis bei Leben durch ein hohes Wachstum der privaten Vorsorge über fondsgebundene Produkte. Aber auch das Neugeschäft in der betriebli-

Kapitalanlageergebnis

(ohne Ergebnis aus FLV) in Mio. Euro



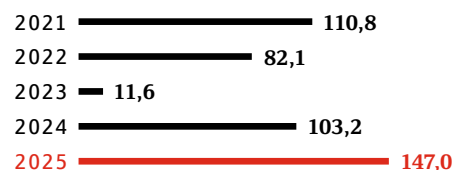
chen Altersvorsorge (bAV) und mit biometrischen Produkten lief sehr gut. Alle Vertriebswege der SV – Außendienst, Sparkassen, Makler sowie Verbundunternehmen – hatten einen wesentlichen Anteil an diesen Ergebnissen.

Gute Kapitalanlageergebnisse erzielt

Das Ergebnis aus Kapitalanlagen ohne Erträge und Aufwendungen der fondsgebundenen Versicherungen stieg auf 655,7 Millionen Euro (443,6). Der Kapitalanlagebestand des Konzerns stieg auf 30,0 Milliarden Euro (28,76). Die Nettoverzinsung der SV Gebäudeversicherung lag bei 2,6 Prozent (2,3). Die SV Lebensversicherung erwirtschaftete eine Nettoverzinsung von 2,6 Prozent (1,9). Wie in den Vorjahren hat die SV stille Lasten auf festverzinsliche Wertpapiere realisiert, insgesamt 51,2 Millionen Euro (67,4). Trotz des Zinsanstiegs hat die

Konzernergebnis

nach Steuern in Mio. Euro



SV Lebensversicherung stille Lasten in Höhe von lediglich 1,9 Prozent (0,3) der Kapitalanlagenbuchwerte nach HGB, was im Marktvergleich einen der Bestwerte darstellt. In Verbindung mit einer Solvenzquote von mehr als 400 Prozent ist die SV Lebensversicherung nachhaltig sicher und zukunftsfähig aufgestellt.

Stabile Solvabilitätsquoten erwirtschaftet

Ende 2025 weisen sowohl die SV Gebäudeversicherung als auch die SV Lebensversicherung eine Bedeckung nach Solvency II deutlich über den geforderten 100 Prozent aus. In der SV Gebäudeversicherung wird das Risikoprofil durch den großen Elementarbestand und daraus resultierend das Risiko aus Naturgefahren dominiert. Trotz dieser Sondersituation weist die SV Gebäudeversicherung eine SCR-Quote von 290* Prozent (276)

aus und ist damit komfortabel überdeckt. In der SV Lebensversicherung liegt die SCR-Quote bei 416* Prozent (674). Damit liegt die Quote weiterhin signifikant über dem Marktschnitt und ist Ausdruck des sehr hohen Sicherheitsniveaus der SVL. Weitere Details gibt es in den Berichten über die Solvabilität und Finanzlage.

Cat-Bond „Liongate Re“

Im Mai 2025 hat die SV, zusammen mit dem japanischen Genossenschaftsversicherer Zenkyoren, ihren ersten Cat-Bond „Liongate Re“ emittiert. Ein Cat-Bond, Kurzform für „catastrophe bond“, ist eine spezielle Anleihe, mit der sich Versicherer gegen große Schäden durch Naturkatastrophen absichern. Liongate Re umfasst eine dreijährige Erdbebenrisikoabdeckung in Höhe von 100 Millionen US-Dollar und ergänzt das traditionelle Rückversicherungsprogramm um den Zugang zu den internationalen Kapitalmärkten. Der Cat-Bond, benannt nach dem Stuttgarter SV Standort „Löwentor“, ist ein weiterer Meilenstein der Rückversicherungsstrategie der SV. Damit stärkt die SV ihre Wettbewerbsfähigkeit und ihre Position am Rückversicherungsmarkt.

* Werte Q4 2025.

Mit Strategie „Fokus Kunde“ zum Erfolg

Der eingeschlagene Kurs mit der Unternehmensstrategie „Fokus Kunde“ wird durch die Erfolge 2025 bestätigt: Die Beiträge steigen weiter, das Neugeschäft erreicht erneut Höchstwerte, die Vertragszahlen steigen, und auch in der Kundenzufriedenheit hat sich die SV 2025 weiter verbessert. Ziel der SV Unternehmensstrategie „Fokus Kunde“ ist es, Privat- und Firmenkunden zu begeistern, rundum zu versichern und neue Kunden hinzuzugewinnen. Kundenanliegen sollen dazu einfacher und schneller erledigt werden. Unterstützt wird die Strategie durch das Servicestrategie-Programm „SPEED“. Die SV reagiert damit auf die sich ändernden Kundenbedürfnisse. 2025 hat die SV hier deutliche Fortschritte erzielt.

Zertifizierte Vertriebspartner

Die SV legt großen Wert auf eine qualitativ hochwertige Kundenberatung. Derzeit sind 1.245 Kundenberaterinnen und Kundenberater bei der SV tätig, und es besteht die Absicht, diese Zahl weiter zu erhöhen. Im Rahmen des SV Qualitätsmanagementsystems wurden zahlreiche Qualitätsstandards festgelegt. Rund 40 SV Geschäftsstellen und Generalagenturen haben sich einem Qualitätsaudit unterzogen und wurden zertifiziert. Die Zertifizierung zum „Qualitätspartner der SV“ mit dem „SV Qualitäts-Siegel“ erfolgt in Zusammenarbeit mit der DEKRA. Dieses Gütesiegel bestätigt unabhängig die Qualität der Arbeitsabläufe und der Beratung.

Großer Arbeitgeber

Die SV bietet ihren Mitarbeitenden zeitgemäße Arbeitsplätze. Knapp 90 Prozent der Belegschaft haben die Möglich-

keit, von zu Hause aus zu arbeiten. Die SV bietet dafür Telearbeit, Mobile-Working-Lösungen und flexible Arbeitszeiten an. Es gibt ein umfangreiches Angebot zur Aus- und Weiterbildung, umfangreiche Gesundheitsangebote sowie Unterstützung bei der Vereinbarkeit von Beruf und Familie.

An sechs Standorten und auf den SV Geschäftsstellen und Generalagenturen stellt die SV Ausbildungs- und Studienplätze zur Verfügung. Die SV bildet für den eigenen Bedarf aus – die Übernahmequote liegt bei 76,5 Prozent. Im Branchenvergleich gehört die SV zu den großen Ausbildungsbetrieben und leistet mit ihrem Engagement einen wichtigen Beitrag zur Sicherung der Ausbildungsinfrastruktur.

Moderner Konzern mit langer Tradition

Die SV steht auf einem soliden Fundament. Seit mehreren Jahrhunderten sorgt sie für die Daseinsvorsorge der Menschen in ihren Geschäftsgebieten. Die sechs historischen Brandversicherungsanstalten, die in der SV aufgegangen sind, bringen jahrhundertelange Erfahrung in der Gebäudeversicherung mit. Diese ist noch immer das Herzstück der SV, wobei sie hier insbesondere in Baden-Württemberg und Hessen führend ist. In der Altersvorsorge gehört die SV zu den großen Anbietern in Deutschland. [Infos zur SV](#)

SV IM BLICK

Vertrieb und Außendienst

**300**SV Geschäftsstellen
und Generalagenturen
in den Regionen**3.829**akkreditierte
Makler**100**Sparkassen
inklusive BW-Bank**2.002**Mitarbeitende
im Außendienst**44**Auszubildende
im Außendienst

SV Konzern – Geschäftszahlen auf einen Blick (nach HGB)

	2025	2024	2023	Δ24/25 in %
Gesamtbeiträge in Millionen €	5.277,9	3.980,4	3.743,2	+32,6
Gebuchte Bruttobeiträge saG in Millionen €	4.999,4	3.741,1	3.512,7	+33,6
Gebuchte Bruttobeiträge saG (ohne Pensionsfonds) in Millionen €	3.994,9	3.726,2	3.439,5	+7,2
Schaden- und Unfallversicherungsgeschäft	2.366,7	2.229,9	2.056,8	+6,1
Lebensversicherungsgeschäft	1.628,2	1.496,4	1.382,6	+8,8
Pensionsfonds	1.004,6	14,9	78,4	+6.650,8
Bestand Anzahl Verträge in Tausend	7.881	7.761	7.668	+1,5
Versicherungsleistungen in Millionen €	3.461,1	3.739,1	3.434,6	-7,4
Schaden- und Unfallversicherungsgeschäft brutto saG	1.593,0	1.775,5	1.591,0	-10,3
Lebensversicherungsgeschäft (inklusive Überschussanteilen)	1.868,0	1.963,6	1.843,6	-4,9
Kapitalanlagebestand (ohne Depotforderungen) in Millionen €	30.049,4	28.762,1	28.705,5	+4,5
Segment Leben	23.346,8	23.502,2	23.604,7	-0,7
Segment Schaden/Unfall	4.277,0	3.947,0	3.886,0	+4
Segment Rückversicherung	384,1	319,7	258,7	+20,2
Segment Holding	1.947,0	1.891,5	1.842,8	+2,9
Segment Pensionsfonds	1.397,8	402,0	380,5	+247,7
Segment Sonstige	-1.303,3	-1.300,4	-1.267,2	+0,2
Kapitalanlageergebnis (ohne Ergebnis aus FLV und AN u AG) in Millionen €	655,7	443,6	347,5	+47,8
Aufwendungen für den Versicherungsbetrieb brutto in Millionen €	826,8	768,9	739,1	+7,5
Konzernergebnis (vor Steuern) in Millionen €	225,4	161,3	2,4	+39,8
Konzernergebnis (nach Steuern) in Millionen €	147,0	103,2	11,6	+42,5
Eigenkapital in Millionen €	1.441,5	1.345,0	1.289,2	+7,2
Bilanzsumme in Millionen €	31.551,1	29.943,0	29.825,3	+5,4
Mitarbeitende Köpfe	5.436	5.234	5.097	+3,9
Innendienst	3.083	2.979	2.940	3,5
Außendienst	2.002	1.920	1.854	+4,3
Auszubildende	351	335	303	+4,8

SV IM BLICK

Innendienst*



50,0 %

Frauenanteil

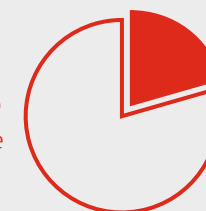


44,3 Jahre

ist das Durchschnittsalter

20,8 %

Teilzeitquote



76,5 %

Übernahmequote



307

Auszubildende und Studierende im Innendienst



30,3 %

Frauenanteil in Führungsposition

* Ohne Vorstand, mit Azubis ID und DK, ohne Azubis AD, inkl. SVI.

»
Der PrivatSchutz
ist das persönliche
Rundum-sorglos-
Paket für alle Lebens-
lagen unserer
Kunden.«



Patrick Flamm
Produktmanager für Komposit
und Projektleiter für den Privat-
Schutz

RUNDUMSCHUTZ FÜR PRIVATKUNDEN

Der innovative PrivatSchutz

Die SV überarbeitete ihr
Privatkundenprodukt
PrivatSchutz und brachte im
Mai 2025 eine komplett
neue Version heraus. Für die
Produktentwickler spielten
fundierte Kenntnisse über
die Zielgruppen für die
Gestaltung der Produktlinie
eine wesentliche Rolle. Im
Gespräch mit den beiden Ex-
perten Patrick Flamm und
Stephan Diehl geht es um die
Weiterentwicklung des
Privatkundenproduktes,
darüber, wie Projekt-
management läuft und was
sich die SV davon erhofft.

Was ist der PrivatSchutz?

PATRICK FLAMM Der PrivatSchutz ist das zentrale Privatkundenprodukt der SV. Er bietet einen flexibel kombinierbaren Rundum-Schutz aus verschiedenen Bausteinen wie Haftpflicht, Hausrat, Wohngebäude, Unfall oder Assistenzleistungen. Der Versicherungsschutz lässt sich jederzeit an veränderte Lebenssituationen anpassen. Je mehr Verträge ein Kunde hat, desto größer ist seine Beitragsersparnis durch unseren Vertrauens-Bonus.

Warum wurde der PrivatSchutz überarbeitet?

STEPHAN DIEHL Das neue Produkt ist konsequent an unserer Strategie „Fokus Kunde“ ausgerichtet. Es berücksichtigt veränderte Kundenbedürfnisse, spricht gezielt neue Zielgruppen an und verfolgt den Anspruch, Kunden ganzheitlich und langfristig durch alle Lebensphasen zu begleiten. Gleichzeitig stellen wir unsere Leistungsfähigkeit sicher – auch vor dem Hintergrund zunehmender Schäden durch Naturgefahren.

Aus

50–70

Personen bestand das
Projektteam

≈ 170

Mitarbeitende waren für die erfolgreiche Umsetzung aktiv beteiligt, unterstützt von zahlreichen Kolleginnen und Kollegen aus allen Unternehmensbereichen.

Wie wurde das Projekt umgesetzt?

PATRICK FLAMM Der Erfolg basierte vor allem auf einem engagierten Projektteam. Über fast drei Jahre hinweg wurden Herausforderungen gemeinsam gelöst und Hindernisse ausgeräumt. Als Projektleiter bin ich stolz auf das Ergebnis – der entscheidende Erfolgsfaktor war die Identifikation und Zusammenarbeit des gesamten Teams.

Welche Produktänderungen gibt es konkret?

PATRICK FLAMM In der Wohngebäudeversicherung sind Ableitungsrohre außerhalb des Grundstücks nun bis 10.000 Euro und Photovoltaikanlagen bis 150.000 Euro standardmäßig versichert. In der Unfallversicherung führen wir drei zielgruppenspezifische Varianten ein: Kids, Active und Best Ager. Alle enthalten den Unfallmanager, der im Ernstfall organisatorisch und medizinisch unterstützt: von der Klärung der Kostenübernahme bei Behandlungen im In- und Ausland über die Organisation eines Rücktransports bis hin zur Sicherstellung der weiteren medizinischen Versorgung und Unterstützung zu Hause.

STEPHAN DIEHL Neu ist außerdem der GartenSchutz, der Haus- und Schrebergärten inklusive Ausstattung wie Gartenhäuser, Technik, Außenküchen oder Pools absichert. Darüber hinaus wurden Hausrat, Haftpflicht, ImmobilienSchutz sowie Schutzbriefe umfassend überarbeitet und mit dem BeitragsSchutz, der den Versicherungsbeitrag im Falle von Arbeitslosigkeit oder Arbeitsunfähigkeit absichert, eine echte Marktinnovation geschaffen.



1. Patrick Flamm (links) und Stephan Diehl helfen im SV Garten am Standort Stuttgart mit. Er wird von der Garten-Sparte des Betrieblichen Sport- und Gesundheitswesens der SV gepflegt.

Welche Kundenbedürfnisse standen im Fokus?

PATRICK FLAMM Grundlage war eine Vorstudie zu Kundenbedürfnissen und Megatrends, unterstützt durch eigene Marktforschung und das Zukunftsinstitut. Kunden erwarten unter anderem eine verständliche Kommunikation, Vertrauen, Empathie im Schadenfall, Rabatte für Beitragsjahre und attraktive Angebote zu bestehenden Verträgen. Auf dieser Grundlage haben wir uns zusätzlich mit produktspezifischen Erwartungen und Bedürfnissen beschäftigt. Die Erkenntnisse wurden durch Befragungen und den Dialog mit Vertriebspartnern vertieft und konsequent umgesetzt.

Was erhofft sich die SV von der Neuauflage?

STEPHAN DIEHL Ziel ist es, Kunden- und Vertragszahlen nachhaltig zu steigern und neue Zielgruppen zu erschließen, etwa Kinder bestehender Kunden. Gleichzeitig soll der Tarif angesichts häufiger Elementarschäden langfristig auskömmlich bleiben. Eigene Simulationsmodelle ermöglichen eine präzise Risikobewertung und ein faires Preis-Leistungs-Verhältnis.

Was unterscheidet den PrivatSchutz vom Markt?

PATRICK FLAMM Kundinnen und Kunden erhalten ein persönliches Rundum-sorglos-Paket mit nur einer Vertragsnummer, einer Police und einem Preisvorteil von bis zu 30 Prozent. Der Tarif zählt zu den leistungsstärksten am Markt und wurde mehrfach mit FFF+ von Franke und Bornberg ausgezeichnet.

Was macht Ihre Arbeit bei der SV aus?

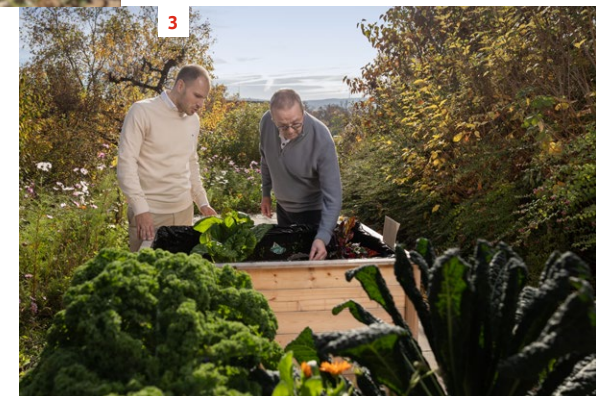
STEPHAN DIEHL Die Kombination aus fachlicher Verantwortung und Führung macht meinen Job besonders abwechslungsreich. Die Mitarbeit an diversen Projekten (z. B. GartenSchutz) bietet die Möglichkeit, auch eigene Vorstellungen einzubringen.

PATRICK FLAMM Produktentwicklung bedeutet, ein Produkt von der Idee bis zur Markteinführung zu begleiten – in enger Zusammenarbeit mit vielen Fachbereichen. Diese Verantwortung motiviert mich sehr.



2. Der Baustein GartenSchutz wird in den Gartenanlagen rund um den Standort Stuttgart lebendig.

3. Die herbstlichen Hochbeete im SV Garten



DIE EXPERTEN AUS DER SV



Patrick Flamm arbeitet seit 16 Jahren in der SV und seit zwölf Jahren als Spezialist im Produktmanagement für den Kompositbereich in Stuttgart. Er leitete das Projekt zur Fortentwicklung des SV Produktes PrivatSchutz.



Stephan Diehl arbeitet seit 29 Jahren als Gruppenleiter im Privatkundenbereich Haftpflicht Unfall Sach in Kassel. Im Projekt war er Initiator und Mitgestalter des neuen Bausteines GartenSchutz. Er ist bereits seit 34 Jahren bei der SV.

DIE SV ERZIELTE STARKES WACHSTUM IM NEUGESCHÄFT

Bei ihrem Schaden-Unfallversicherer blickt die SV auf ein sehr gutes Jahr. Die SV Gebäudeversicherung erzielte im Neugeschäft erneut eine Bestmarke. Sie bietet ihren Kunden mit dem überarbeiteten Privatkundenprodukt PrivatSchutz einen modernen Versicherungsschutz.

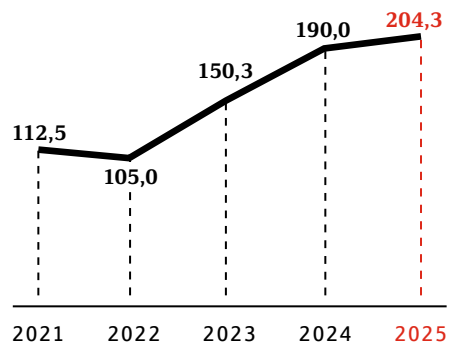
Das versicherungstechnische Bruttoergebnis saG stieg auf 303,1 Millionen Euro – nach 72,5 Millionen Euro im Vorjahr. Das Kapitalanlageergebnis stieg auf 105,2 Millionen Euro (90,4). Insgesamt lag der Jahresüberschuss der SV Gebäudeversicherung bei 77,4 Millionen Euro (76,2) und damit über dem Niveau des Vorjahres. Hier zeigt sich, dass die SV mit sehr guter finanzieller Substanz, stabiler Versicherungstechnik und breiter Rückversicherungsstruktur gut aufgestellt ist.

Beitragseinnahmen stiegen über alle Sparten hinweg

Die gebuchten Bruttobeiträge saG stiegen beim Schaden-Unfallversicherer um 6,1 Prozent auf 2,37 Milliarden Euro (2,23). Diese positive Entwicklung ist auf nahezu alle Sparten zurückzuführen, insbesondere jedoch auf die Kraftfahrtsparten und die Sparte Wohngebäudeversicherung. Hier wirken sich ein sehr gutes Neugeschäft, Beitragsanpassungen sowie Anpassungen des gleitenden Neuwertfaktors aus.

Neugeschäft

in Mio. Euro

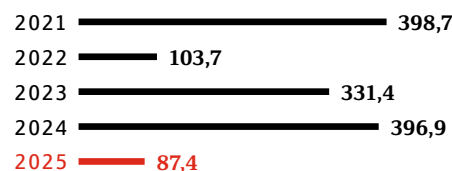


Neugeschäft übertraf Rekordwert aus dem Vorjahr

Das Neugeschäft nach Bestandsbeitrag stieg um 7,6 Prozent auf 204,3 Millionen Euro (190,0) und übertraf erneut den Rekordwert des Vorjahres. Es wuchs vor allem in den Kraftfahrt- und in den privaten Sach-Sparten. Hier wirkte sich der neue PrivatSchutz-Tarif für Privatkunden aus, den die SV im Mai 2025 sehr erfolgreich mit neuen Bausteinen auf den Markt gebracht hat. Auch mit dem neuen Kraftfahrttarif konnte die SV punkten und erzielte ein sehr hohes Neugeschäftsvolumen.

Entwicklung des Elementarschadenaufwands

in Mio. Euro



Schadenbelastung ging stark zurück

Die Brutto-Aufwendungen für Geschäftsjahres-Versicherungsfälle saG sind im Vergleich zum Vorjahr um 10,3 Prozent auf 1.593,0 Millionen Euro (1.775,5) gesunken. Die bilanzielle Schaden-Kostenquote lag mit 85,2 Prozent (94,7) unter dem Vorjahr und unter dem erwarteten Marktniveau von 90 Prozent. Dies ist maßgeblich darauf zurückzuführen, dass im Geschäftsgebiet der SV im Jahr 2025 große Unwetterereignisse ausgeblieben sind. Bei den Leitungswasserschäden war weiterhin ein Anstieg zu verzeichnen. 2025 sind insgesamt Leitungswasserschäden in Höhe von 431,2 Millionen Euro (418,5) angefallen. Der Schaden-durchschnitt steigt hier seit Jahren und hat sich in den letzten zehn Jahren mehr als verdoppelt. Auch die Kraftfahrtver-

sicherung war weiterhin mit steigenden Schadenaufwendungen belastet. Dies lag maßgeblich an den gestiegenen Kosten für Reparaturen und Ersatzteile. Der Schadendurchschnitt (Meldejahr) stieg weiter an und lag 2025 bei knapp 3.900 Euro, vor zehn Jahren noch bei rund 2.300 Euro. 2025 führte die SV Tarifierungsanpassungen und Beitragsanpassungen durch. Mit den Maßnahmen hat sich die SV im Markt gut positioniert. Dies zeigt sich unter anderem am sehr guten Neugeschäft und in der geringen Kündigungsquote im Wechselgeschäft.

Außergewöhnlich schadenarmes Elementarschadenjahr

Mit einem Elementarschadenaufwand von 87,4 Millionen Euro (396,9) zählt 2025 zu den schadenärmsten Unwetterjahren der SV, denn das Geschäftsgebiet blieb 2025 von großen Unwetterereignissen verschont. Diese Bilanz soll aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass der langfristige Trend angesichts des Klimawandels ungebrochen ist. In den letzten Jahren ist eine deutliche Zunahme der Elementarschäden, vor allem lokaler Unwetterereignisse in den Sommermonaten, klar erkennbar.

#1

Mit dem SV Copilot sicher mit dem Auto unterwegs. Das smarte Assistenzsystem erkennt schwere Unfälle automatisch, ortet das Fahrzeug per GPS und informiert sofort die Notrufzentrale.

🌐 [Copilot](#)

#2

2025 wurde die THG-Prämie in Höhe von 80 Euro ausbezahlt; 2026 sind das 260 Euro. Die THG-Quote, die Treibhausgasminderungsquote, ist eine Maßnahme, die Verkehrswende zu unterstützen.

🌐 [THG-Prämie](#)

#3

Die SV bietet ihren Privat- und Firmenkunden in hohen Risikozonen, in den ZÜRS-Zonen 3 und 4, den Hochwasserpas zu einem Festpreis an: 500 Euro brutto für Privatkunden, 800 Euro brutto für Gewerbekunden. Dieser gilt im SV Geschäftsgebiet.

🌐 [Hochwasserpas](#)

#4

Die SV bietet Kfz-Flatrate für junge Fahrer. Junge Menschen vom 17. bis zur Vollendung des 27. Lebensjahres dürfen mit der neuen Police alle bei der SV versicherten Privat-Pkws ihrer Familie fahren.

🌐 [Kfz-Flatrate](#)

Klimawandel erfordert Handeln

Der Klimawandel und Extremwetterereignisse werden die kommenden Jahre weiter prägen. Ein guter Versicherungsschutz, Präventionsmaßnahmen und Klimafolgenanpassungen werden immer wichtiger.

Während in Baden-Württemberg nahezu alle Häuser umfassend gegen Elementarschäden versichert sind, ist das in anderen Bundesländern noch nicht der Fall. Die Diskussion um eine Pflichtversicherung greift allerdings zu kurz. Ohne Prävention wird die Elementarschadenversicherung zunehmend schwieriger. Die Versicherungswirtschaft hat bereits 2021 einen konkreten Vorschlag erarbeitet, der wichtige Präventionsmaßnahmen ebenso beinhaltet wie die deutliche Steigerung von umfassenden Elementardeckungen. Diesen Vorschlag hat die SV mitentwickelt und unterstützt ihn uneingeschränkt.

Schnelle Hilfe im Ernstfall

Im Schadenfall erwarten die Kunden eine schnelle, transparente und unbürokratische Abwicklung. Die SV will bei großen Unwetterschäden ihren Kunden nicht nur Geld überweisen, sondern auch

Aufwendungen für Geschäftsjahres-Versicherungsfälle brutto saG

in Mio. Euro



bei der Beseitigung der Schäden helfen. Für ihre Kunden bietet die SV ein ganzes Netzwerk an Hilfestellungen: Es besteht aus einer regionalen Reguliererorganisation, einem Dienstleisterservice, der SV-Tochter PGI Sanierung GmbH und ihren Kooperationspartnern und unterstützenden digitalen Prozessen, wie etwa in der Schadenauszahlung, der Schadenkalkulation und im Schadentracking.

🌐 [Schadenmeldung](#)

Cyberversicherung: Schutz in der digitalen Welt

Für Gewerbetreibende und Firmen steigt das Risiko, Opfer von Cyberattacken zu werden. Für Privatpersonen ergeben sich die Gefahren durch Betrug in Online-Shops oder durch Identitätsdiebstahl und Datenmissbrauch. Die SV

Verlauf Geschäftsjahres-Bruttoschadenquote saG

in %



bietet Privatpersonen den SV Internet-Schutz und das Darknet-Screening Owl. Dieses scannt illegale Handelsplätze, um nach Informationen, wie Bankkonten oder Kreditkartennummern, zu suchen. Für kleine und mittlere Unternehmen bietet die SV mit dem SV CyberSchutz eine Basislösung. Sie kann als Ergänzung zur Betriebshaftpflichtversicherung oder als eigenständige Versicherung abgeschlossen werden. Für Gewerbetreibende, die einen weitergehenden Versicherungsschutz benötigen, gibt es das Produkt CyberEdge von AIG aus Frankfurt. Der SV GewerbeSchutz ist für mehrere Hundert Betriebsarten mit bis zu zwei Millionen Euro Jahresnettoumsatz konzipiert. Ein Baustein ist auch der Cyberschutz.

Kommunale Absicherung: Schutz für öffentliche Einrichtungen

Die SV ist mit ihrem Tochterunternehmen SV Kommunal ein großer Versicherungspartner für Gemeinden, Städte sowie Kreise und damit einer der großen Kommunalversicherer in Deutschland. Mit Versicherungspaketen wie KRISTALL ist die SV einer der spezialisierten Anbieter für kommunalen Versicherungsschutz. Eine Besonderheit ist hier die Möglichkeit der Mitbestimmung der Kommunen. Sie bietet den Kommunen mit ihren Zusatzleistungen echte Mehrwerte. Sie reichen von der Förderung der Schadenverhütung über Verdienstaussfälle bei Feuerwehreinsätzen bis hin zur Unterstützung mit moderner Feuerwehertechnik. Zusätzlich bietet die SV die Sparkassen-Kommunalrente zur betrieblichen Altersversorgung oder die betriebliche Krankenversicherung an. Mit der SV Kommunal, einer eigenen Beratungsgesellschaft, hat sich die SV schon vor Jahrzehnten auf die kommunale Kundengruppe ausgerichtet.

🌐 [Kommunen](#)

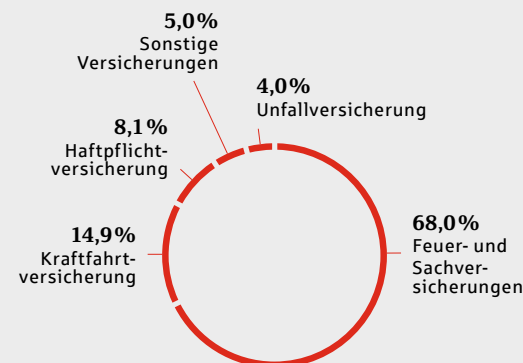
SV Gebäudeversicherung AG – Geschäftszahlen (nach HGB)

	2025	2024	2023
Gebuchte Bruttobeiträge saG in Millionen €	2.366,7	2.229,9	2.056,8
HUK-Versicherungen	638,8	590,2	553,0
Haftpflichtversicherung	192,0	195,8	189,5
Unfallversicherung	96,0	93,7	91,9
Kraftfahrtversicherung	350,8	300,7	271,6
Sachversicherungen	1.523,5	1.439,9	1.320,0
Verbundene Wohngebäudeversicherung	834,7	798,0	739,2
Verbundene Hausratversicherung	67,9	67,1	64,7
Feuerversicherungen	238,2	220,4	197,5
Sonstige Sachversicherungen	382,7	354,4	318,6
Übrige Versicherungen	204,5	199,8	183,8
Bestand Anzahl Verträge in Tausend	6.388	6.248	6.149
Aufwendungen für Geschäftsjahres-Versicherungsfälle brutto saG in Millionen €	1.593,0	1.775,5	1.591,0
Geschäftsjahresschäden in Tausend Stück	220	240	262
Bruttoschadenquote saG in %	68,1	80,9	79,1
Aufwendungen für den Versicherungsbetrieb brutto (gesamt) in Millionen €	580,9	541,7	513,5
Combined Ratio saG in %	85,2	94,7	96,5
setzt sich zusammen aus:			
Bilanzielle Schadenquote brutto saG in %	61,2	71,1	71,6
Kostenquote (verdiente Beiträge) in %	24,0	23,7	24,9
Kapitalanlagebestand in Millionen €	4.330,7	3.986,9	3.917,5
Netto-Kapitalerträge in Millionen €	105,2	90,4	90,4
Laufende Durchschnittsverzinsung in %	2,55	2,49	2,31
Nettoverzinsung in %	2,56	2,31	2,37
Jahresüberschuss in Millionen €	77,4	76,2	79,4
Bilanzgewinn in Millionen €	43,9	53,1	69,3

SV Gebäude-
versicherung AGSV IM BLICK
SV Gebäudeversicherung

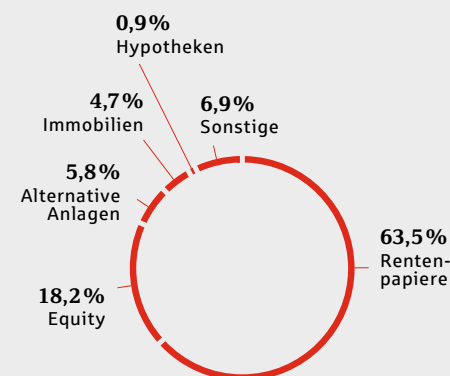
Bestandszusammensetzung

nach gebuchten Bruttobeiträgen saG, 31.12.2025



Kapitalanlagestruktur

auf Marktwertbasis, 31.12.2025



≈ 30.000

Nutzende hat die
SV Haus & Wetter-App.
SV Haus & Wetter-App

BETRIEBLICHE ALTERSVORSORUNG

Stabiler Vor- sorgebaustein

Die betriebliche Altersvorsorge (bAV) ist ein zentraler Pfeiler der Altersvorsorge in der SV. Über viele Jahre hinweg hat die SV hier ihre Expertise aufgebaut und kontinuierlich ihr Angebot erweitert. Umfangreiche Vorsorgeexpertise: Dr. Valentin Haag und Stefanie Zeltmann geben einen Einblick in die Welt der bAV bei der SV und sprechen über die Vorteile für Arbeitnehmer und Arbeitgeber.

SV Lebens-
versicherung AG



Wir begleiten Personalratsprozesse, informieren in Präsentationen und bieten flächendeckende Beratungen für alle Mitarbeitenden – ein echtes Rundum-sorglos-Paket für Unternehmen.«



Dr. Valentin Haag
Hauptabteilungsleiter
Betriebliche Altersversorgung

Wie unterstützt die SV Unternehmen bei der Einführung einer bAV?

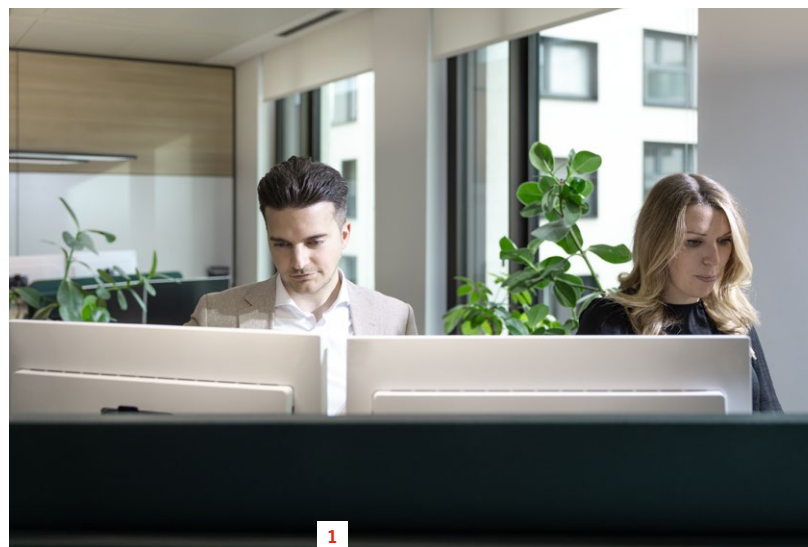
VALENTIN HAAG Die SV setzt auf regionale Spezialisten, die gemeinsam mit der Unternehmensführung den individuellen Bedarf analysieren und ein passgenaues Versorgungswerk entwickeln. Ein zentraler Erfolgsfaktor ist dabei die Kommunikation an die Belegschaft. Wir begleiten Personalratsprozesse, informieren in Präsentationen und bieten flächendeckende Beratungen für alle Mitarbeitenden – ein echtes Rundum-sorglos-Paket für Unternehmen.

Wie stellen Sie sicher, dass Mitarbeitende die Vorteile einer bAV verstehen?

STEFANIE ZELTMANN Dafür haben wir ein eigenes Team in der Arbeitnehmerberatung. Alle Beschäftigten erhalten eine persönliche oder digitale Beratung nach einheitlichem Standard. Dabei erklären wir die Vorteile der bAV, die unternehmensspezifischen Regelungen und dokumentieren die Ergebnisse für die Personalabteilung. Ziel ist es, die betriebliche Altersversorgung verständlich und erlebbar zu machen und Mitarbeitende sicher bei ihrer Entscheidung zu begleiten.

So ist die SV aufgestellt

Die SV ist einer der großen bAV-Anbieter in Deutschland. Die SV bietet betriebliche Altersvorsorgeprodukte über sämtliche Durchführungswege an. Mit der SV bAV Consulting GmbH hat die SV einen vertrieblichen Dienstleister, der bei Arbeitgebern die Vorsorgeprodukte platziert. Ergänzt wird das Angebot seit einigen Jahren durch die eigene SV Pensionsfonds AG, die sich hauptsächlich um die Übertragung von Pensionsverpflichtungen kümmert.



1

1. Dr. Valentin Haag und Stefanie Zeltmann diskutieren im Arbeitsgarten am SV Standort in Mannheim über die aktuellen Entwicklungen in der betrieblichen Altersvorsorge.

2. Besprechungsraum mit Aussicht

Die bAV ist beratungsintensiv – welche Themen stehen im Fokus?

VALENTIN HAAG Ein wichtiges Thema ist der Arbeitgeberwechsel. Seit Mitte 2025 ist dieser Prozess weitgehend digitalisiert. Ergänzend bieten wir persönliche Beratung an. Neben Arbeitgeberzuschüssen und staatlicher Förderung zeigen wir anhand von Beispielrechnungen die Auswirkungen auf Nettoentgelt, Steuern, Sozialversicherung und gesetzliche Rente. Uns ist wichtig, dass Mitarbeitende ihre Entscheidung nachvollziehen und erklären können. Wir verstehen uns als langfristiger Begleiter über die gesamte Beschäftigungsdauer.

Hat sich das Kundenverhalten verändert?

STEFANIE ZELTMANN Ja, wir sehen zwei klare Trends: häufigere Arbeitgeberwechsel und einen steigenden Wunsch nach digitalen Services. Flexibilität wird bei der bAV immer wichtiger. Gleichzeitig möchten Arbeitgeber und Arbeitnehmer ihre Verträge zeit- und ortsunabhängig verwalten. Dem begegnen wir mit unserer digitalen Plattform, dem SV bAV Manager, sowie den SV Online-Services.



2

Warum lohnt sich eine bAV für Unternehmen?

VALENTIN HAAG Die bAV ist eine attraktive Zusatzleistung und zeigt Verantwortung für die finanzielle Zukunft der Belegschaft – gerade in Zeiten einer als unsicher empfundenen gesetzlichen Rente. Arbeitgeberbeiträge sind steuer- und sozialversicherungsfrei. Zudem sparen Unternehmen bei Entgeltumwandlungen Sozialabgaben, von denen ein verpflichtender Teil als Arbeitgeberzuschuss an die Mitarbeitenden weitergegeben wird.

Welche Vorteile haben Arbeitnehmer?

STEFANIE ZELTMANN Bei einer Entgeltumwandlung wird ein Teil des Bruttogehalts direkt in die betriebliche Altersvorsorge eingezahlt. Dadurch entstehen Steuer- und Sozialversicherungsvorteile. Beispiel: Bei einer monatlichen Umwandlung von 200 Euro liegt die effektive Netto-Belastung je nach Steuerklasse häufig nur bei etwa 100 bis 120 Euro. Ein weiterer Vorteil ist die nachgelagerte Besteuerung. Die Auszahlung erfolgt in der Regel erst mit Eintritt in die gesetzliche Altersrente, wenn der persönliche Steuersatz meist niedriger ist als im Erwerbsleben. Dadurch bleibt netto oft mehr übrig, als zuvor eingezahlt wurde. Hinzu kommt der Arbeitgeberzuschuss. Die Weitergabe der eingesparten Sozial-

3. Moderne Büros mit viel Grün gibt es am Mannheimer Standort der SV.



3

versicherungsbeiträge ist verpflichtend; viele Unternehmen leisten darüber hinaus freiwillige Zuschüsse, die den Aufbau der Altersvorsorge zusätzlich stärken. Angesichts des demografischen Wandels ist davon auszugehen, dass das Rentenniveau künftig weiter sinkt. Die Renten steigen zwar nominal, jedoch langsamer als die Einkommen. Dadurch wächst die Rentenlücke – eine betriebliche Altersvorsorge ist eine sinnvolle Möglichkeit, sie gezielt zu schließen.

Was erwarten Sie für 2026?

VALENTIN HAAG Auch 2026 steht die konsequente Weiterentwicklung unseres Kundenservice im Fokus. Im Rahmen unserer Servicestrategie „SPEED“ arbeiten wir weiter am Ausbau und an der Optimierung digitaler Angebote sowie an der Verbesserung des telefonischen Kundenkontakts und unserer Servicelevel. Parallel beschäftigen wir uns intensiv mit Produktneuerungen in der bAV, um unser Portfolio noch flexibler und anpassungsfähiger aufzustellen. Dabei berücksichtigen wir auch aktuelle Überlegungen zur neuen geförderten Altersvorsorge und zur Frühstarterrente.

Was macht Ihren Job so spannend?

STEFANIE ZELTMANN Mir gefällt, dass wir uns in der betrieblichen Altersvorsorge und in der SV stetig weiterentwickeln, sei es auch begründet durch neue gesetzliche Anforderungen, Produkte, digitale Abschlusstrecken oder Automatisierungen. Wir stellen unsere Kunden in den Fokus und sind dabei ein hervorragender Arbeitgeber, dem seine Vertriebspartner und Mitarbeitenden ebenso wichtig sind.

Was bedeutet Ihnen die Arbeit bei der SV?

VALENTIN HAAG Ich will jeden Tag den bestmöglichen Nutzen für unsere Kunden und die SV erzielen. Von außen mag die Arbeit vielleicht statisch wirken, tatsächlich erlebe ich aber Dynamik durch politische Reformen, Neuentwicklungen anderer Marktteilnehmer oder auch durch Technik. Aber es sind immer die Menschen, die den Ausschlag geben, ob eine Aufgabe Freude macht. Ich darf mit einem großartigen Team zusammenarbeiten.

Das bietet die SV

Das Produktportfolio umfasst neben der klassischen Rentenversicherung mit Beitragsgarantie auch Indexprodukte, die eine Partizipation am Kapitalmarkt in zulässigen Grenzen und unter Beibehaltung der notwendigen Garantie zulassen. Darüber hinaus wird das Produktportfolio durch die Einbindung von Invaliditätsprodukten ergänzt. Hier reichen die Möglichkeiten von der reinen Beitragsbefreiung bis hin zur selbstständigen Berufsunfähigkeitsversicherung im Mantel einer Direktversicherung mit allen steuerlichen und sozialversicherungsseitigen Vorteilen wie in der klassischen Altersvorsorge.

🌐 [Online-Service](#)

**DIE EXPERTINNEN UND EXPERTEN
AUS DER SV**

Dr. Valentin Haag verantwortet seit 2025 konzernweit den Bereich Leben Firmen bei der SV. Davor war er drei Jahre als Abteilungsleiter in der Risiko- und Leistungsprüfung tätig. Der promovierte Betriebswirt ist seit 2020 bei der SV.



Stefanie Zeltmann ist seit zweieinhalb Jahren Abteilungsleiterin im Bereich der betrieblichen Altersversorgung in Stuttgart und verantwortet hier das Geschäftsgebiet Süd. Sie arbeitet seit Oktober 2018 bei der SV.

NACHFRAGE NACH PRIVATER ALTERS-VORSORGE DEUTLICH GESTIEGEN

2025 ist es für den Lebensversicherer der SV sehr gut gelaufen. Die SV schloss das Jahr mit dem besten Neugeschäft seit dem Fall des Steuerprivilegs für Kapitallebensversicherungen 2004 ab. Getrieben ist das gute Ergebnis von einem hohen Wachstum der privaten Vorsorge über fondsgebundene Produkte.

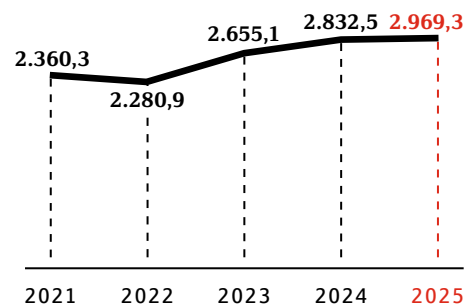
Insgesamt stiegen die gebuchten Bruttobeiträge saG in der Lebensversicherung (ohne Pensionsfonds) um 8,8 Prozent auf 1,63 Milliarden Euro (1,50). Der Markt hatte 2025 nach vorläufigen Zahlen einen Anstieg um 5,3 Prozent zu verbuchen. Die SV Pensionsfonds AG erwirtschaftete 2025 1.004,6 Millionen Euro (14,9) Prämieinnahmen und verfügt nun über ein Übertragungsvolumen von 1.394,1 Millionen (398,5) Euro.

Sehr gutes Neugeschäft in der Lebensversicherung

In der Lebensversicherung stieg das Neugeschäft nach Beitragssumme um 7,7 Prozent auf 3,59 Milliarden Euro (3,34) und erzielte in der Folge einen Höchstwert seit dem steuerlich begründeten Ausnahmejahr 2004. Die SV erzielte hohe Zuwächse sowohl beim laufenden Beitrag als auch bei den Einmalbeiträgen. Bei den laufenden Beiträgen stieg die Beitragssumme im Neugeschäft in der privaten und betrieblichen Altersversorgung auf 2,97 Milliarden Euro (2,83) und übertraf das Rekordergebnis aus dem Vorjahr. Die Einmalbeiträge stiegen um 23,6 Prozent auf 623,8 Millionen Euro (504,9), liegen damit aber deutlich unter den Höchstwerten in der Niedrigzinsphase.

Neugeschäft in der Lebensversicherung nach Beitragssumme nach laufenden Beiträgen

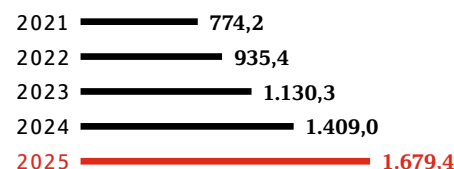
in Mio. Euro



Das Neugeschäft nach laufenden Beiträgen stieg insbesondere bei den fondsgebundenen Versicherungen, in der bAV und bei den biometrischen Produkten gegen Berufsunfähigkeit und für den Todesfall. Bei den Einmalbeiträgen waren insbesondere fondsgebundene Versicherungen und sofort beginnende Rentenversicherungen gefragt. Neben der Sicherung des Lebensstandards im Alter spielt hier auch die Übertragung von Vermögenswerten auf die nächste Generation eine zunehmende Rolle. Hier zeigt sich, dass Kunden bei schwierigen Rahmenbedingungen einen starken und verlässlichen Partner suchen. Davon

Neugeschäft nach Beitragssumme in den fondsgebundenen Versicherungen

in Mio. Euro



konnte die SV profitieren und mit ihrer starken Finanzkraft (Solvency-Quote 416 Prozent), ihren Produkten und ihrer guten und fairen Beratung überzeugen.

Nachfrage nach fondsgebundenen Versicherungen steigt weiter

Die SV erzielte bei ihren fondsgebundenen Versicherungen erneut einen Höchstwert. Insgesamt hat sich das Neugeschäft nach Beitragssumme bei diesen Versicherungen um 19,2 Prozent auf 1.679,4 Millionen Euro (1.409,0) erhöht. Der mit Abstand größte Anteil (rund 91 Prozent) am Neugeschäft entfiel auf die fondsgebundene Rentenversicherung VermögensPolice Invest (VPI), wobei auch die Generationen Police Invest (GPI) an Bedeutung gewinnt. Mit der VPI hat die SV ein Altersvorsorge-

produkt, das die Sicherheit einer lebenslang garantierten Rente über einen garantierten Rentenfaktor, steuerliche Vorteile einer Versicherung und Renditechancen über das Fondsportfolio bietet.

Betriebliche Altersversorgung erzielte erneut sehr hohes Neugeschäft

Die bAV ist ein bewährter und stabiler Baustein der Altersvorsorge, in dem die SV über viele Jahre hinweg Expertise aufgebaut und ihr Geschäftsfeld kontinuierlich erweitert hat. Dies zeigte sich auch 2025: Das Neugeschäft nach Beitragssumme in der bAV ohne Pensionsfonds blieb mit 999,3 Millionen Euro (1.013,7) auf sehr hohem Niveau stabil. Knapp ein Drittel des gesamten Lebensversicherungsgeschäfts (ohne Pensionsfonds) erzielte die SV im Geschäftsjahr 2025 mit Produkten der betrieblichen Altersversorgung.

In dem 2020 gegründeten Pensionsfonds der SV beliefen sich die gebuchten Beiträge 2025 auf 1.004,6 Millionen Euro. Um die betriebliche Altersversorgung der SV weiter auszubauen, erweitert das Unternehmen über seine 100-Prozent-Tochtergesellschaft, die SV bAV Consulting GmbH, ihr Angebot künftig um Dienstleistungen in der Administration.

#1

Gerade in kleinen und mittleren Unternehmen besteht ein sehr großer Beratungsbedarf. Hier ist die SV mit ihrer Beratungsgesellschaft SV bAV Consulting GmbH mit rund 90 Spezialistinnen und Spezialisten sehr gut aufgestellt.

🌐 [Betriebliche Altersvorsorge](#)

#2

Kunden und Vertriebspartner erhalten im „SV PortfolioNavigator“ auf der SV-Website einen detaillierten Überblick über die Fondspalette. Hier gibt es tagesaktuelle Kurse und alle wichtigen Informationen zu den Fonds.

🌐 [Portfolionavigator](#)

#3

Je früher Kunden mit der privaten Vorsorge starten, desto geringer ist die monatliche Belastung, und über die Laufzeit gleichen sich Turbulenzen automatisch aus. Auch mit wenig Geld lässt sich Vorsorge betreiben.

🌐 [Berufsstarter](#)

#4

Gute Beratung ist für die eigene Altersvorsorge wichtig. Die SV hat hier gemeinsam mit ihren Vertriebs- und Verbundpartnern ein umfassendes Angebot.

🌐 [Beratung](#)

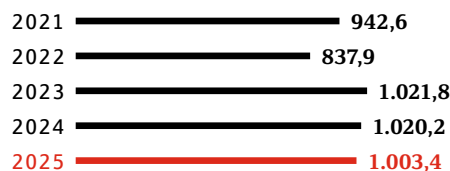
Dazu hat die SV eine strategische Partnerschaft mit MRH Trowe geschlossen, die durch den Erwerb einer Beteiligung an der Heubeck pen@min GmbH weiter ausgebaut wird.

SV unterstützt Reform in der Altersvorsorge

Der seit Jahrzehnten vorauszusehende demografische Wandel ist da. Geburtenstarke Jahrgänge der 60er-Jahre gehen nach und nach in den Ruhestand. Das Verhältnis zwischen Beitragszahlern und Rentnern wird sich zunehmend verschieben. Ohne deutliche Reformen wird die Finanzierung der gesetzlichen Rente über das Jahr 2030 hinaus immer schwerer darstellbar. Die betriebliche und private Altersversorgung werden in Zukunft eine zentrale Rolle dabei spielen,

Neugeschäft nach Beitragssumme im bAV-Geschäft

in Mio. Euro



die Rentenlücke zu schließen und dem Fachkräftemangel durch eine steigende Arbeitgeberattraktivität entgegenzuwirken. Nur Rentenversicherungen bieten lebenslange Renten und sind unverzichtbarer Bestandteil einer jeden Altersvorsorge.

Moderne Produktpalette in der Altersvorsorge

Die SV setzt neben biometrischen Produkten hauptsächlich auf Produkte, die die Rentenlücke schließen sollen und eine lebenslange garantierte Rente bieten. Der Trend geht dabei weg von klassischen Altersvorsorgeprodukten in Richtung fondsgebundener Produkte. Aufgrund geringer Zinsen sind in den letzten Jahren Fondsprodukte für Vorsorgesparer interessanter geworden. Garantien, ob fester Garantiezins oder eine Beitragsgarantie, sind für viele Kunden jedoch weiterhin für ihre Altersvorsorge wichtig. Für 2026 hält die SV die Überschussbeteiligung ihrer Lebens- und Rentenversicherungen stabil. Inklusive der Schlussüberschüsse und des Sockelbetrags für die Beteiligung an den Bewertungsreserven liegt die Gesamtverzinsung bei laufender Beitragszahlung im Jahr 2026 weiterhin bei 3,25 Prozent.

Umfassende Fondspalette für die Kunden

2025 umfasste die Fondspalette für die Produkte VermögensPolice Invest und den GenerationenPlan Invest insgesamt 78 Fonds, darunter auch Fonds mit Nachhaltigkeitsmerkmalen. Daraus können die Kunden je nach Präferenz und Risikoneigung ihre eigene Anlagestrategie festlegen. Auch Kunden, die Interesse an Fonds mit Nachhaltigkeitsmerkmalen haben, kann die SV mit einer umfangreichen Fondsauswahl bedienen. Die SV bleibt mit ihrem Produktmanagement hier laufend am Ball. Die Spezialistinnen und Spezialisten beobachten den Markt, nehmen Trends auf und entwickeln dazu passend neue Produktlösungen oder passen die Produkte an. Hier arbeitet die SV eng mit den Anlagespezialistinnen und -spezialisten der jeweiligen Kapitalverwaltungsgesellschaften zusammen.

Altersvorsorge bleibt unverzichtbar

Die private und betriebliche Altersvorsorge sollte auch bei vorübergehenden finanziellen Engpässen aufgebaut und beibehalten werden. Hier bietet die SV je nach individueller Situation und Risikopräferenzen verschiedene Möglichkeiten.

Viele Kunden nutzen für vorübergehende finanzielle Engpässe das Angebot einer befristeten Beitragsfreistellung oder -stundung; bei vielen Produkten kann auch ein Teil des Guthabens entnommen werden. Dabei besteht die Möglichkeit, die Beitragszahlung später wieder aufzunehmen. Dass die Kunden bei der SV von diesen Möglichkeiten Gebrauch machen, zeigen die Beitragsfreistellungen und auch die Stornoquote nach laufenden Beiträgen, die bei 5,66 Prozent (6,57) liegt.

Altersvorsorgeberatung ist wichtig

Der Bedarf an privater und betrieblicher Altersvorsorge ist unverändert hoch. Die Beratung ist dabei wichtig. Hier ist die SV gemeinsam mit ihren Vertriebspartnern, dem Außendienst, den Sparkassen und den Partnerunternehmen der Sparkassen-Finanzgruppe gut aufgestellt.

🌐 [Vorsorge und Vermögen](#)

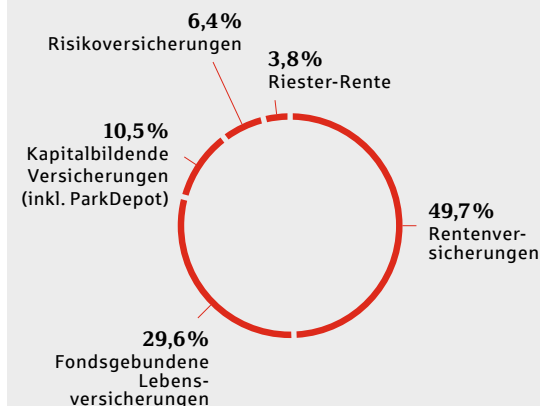
SV Lebensversicherung AG – Geschäftszahlen (nach HGB)

		2025	2024	2023
Gebuchte Bruttobeiträge ohne RfB	in Millionen €	1.628,2	1.496,4	1.382,6
Laufende Beiträge		1.004,3	991,4	990,8
Einmalbeiträge		623,8	504,9	391,9
Bestand Anzahl Verträge	in Tausend	1.493	1.513	1.519
Bestand nach Versicherungssumme	in Millionen €	50.437,3	50.627,0	49.104
Neugeschäft nach Versicherungssumme	in Millionen €	6.450,1	5.988,9	5.047,8
Neugeschäft nach Beiträgen	in Millionen €	731,3	606,4	487,3
Laufende Beiträge		107,5	101,5	95,4
Einmalbeiträge		623,8	504,9	391,9
Neugeschäft nach Beitragssumme	in Millionen €	3.593,1	3.337,4	3.047,0
Laufende Beiträge		2.969,3	2.832,5	2.655,1
Einmalbeiträge		623,8	504,9	391,9
Neuzugang nach Anzahl		111.915	122.222	109.706
Versicherungsleistungen inkl. Überschussanteilen	in Millionen €	1.868,0	1.963,6	1.843,6
Kapitalanlagebestand	in Millionen €	21.012,3	21.670,9	22.233,6
Netto-Kapitalerträge	in Millionen €	556,8	405,6	296,0
Laufende Durchschnittsverzinsung	in %	2,52	2,10	1,67
Nettoverzinsung	in %	2,61	1,85	1,31
Nettoverzinsung im Dreijahresdurchschnitt	in %	1,92	1,70	2,04
Aufwendungen für den Versicherungsbetrieb	in Millionen €	199,6	192,0	194,5
Abschlussaufwendungen		156,9	151,2	148,5
Verwaltungsaufwendungen		42,7	40,8	46,1
Abschlussaufwendungen	in % der Neugeschäfts-Beitragssumme	4,37	4,53	4,87
Verwaltungsaufwendungen	in % der gebuchten Bruttobeiträge	2,6	2,7	3,3
Stornoquote	in %	5,7	6,6	5,3
Rohüberschuss	in Millionen €	339,4	126,3	77,1
Zuführung zur RfB	in Millionen €	273,9	56,3	56,5
Jahresüberschuss vor Gewinnabführung	in Millionen €	15,5	15,9	16,4
Überschussbeteiligung (mit SÜA)	in %	3,25	3,00	2,30

SV Lebens-
versicherung AGSV IM BLICK
SV Lebensversicherung

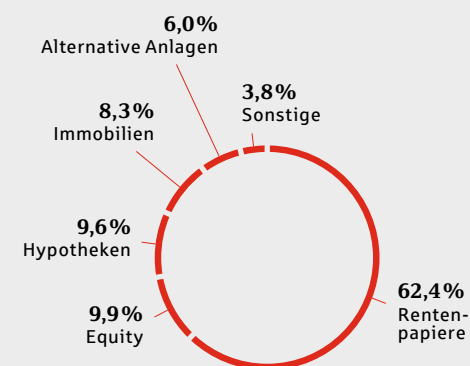
Bestandszusammensetzung

nach gebuchten Bruttobeiträgen saG, 31.12.2025



Kapitalanlagestruktur

auf Marktwertbasis, 31.12.2025

**1,87 Mrd. Euro**

hat die SV 2025 an Versicherungsleistungen aus ihren Renten- und Lebensversicherungen ausbezahlt

PERSONALSTRATEGIE

Moderne Ansätze im Recruiting

Um neue Mitarbeitende zu gewinnen und bestehende zu halten, hat die SV ihre Personalstrategie weiterentwickelt. Eine zentrale Rolle spielt dabei das Recruiting, das neue Ansätze für Spezialisten, Wiederkehrer, Quereinsteiger sowie Auszubildende und Studierende entwickelt. Im Gespräch mit dem Personal-expertenduo Tamara Grahl und Matthias Baum dreht sich alles um das Recruiting für den Innen- und Außendienst.

SV
Nachhaltigkeit



Wir setzen stark auf unsere DNA. Wir kennen unsere Wurzeln, wir pflegen Traditionen, leben unsere Werte und bleiben zukunftsgerichtet.«



Tamara Grahl
Abteilungsleiterin Personal-
marketing & Employer Branding

1. Weitläufiges und helles Foyer am SV Standort in Wiesbaden



SV
Nachhaltigkeit

Warum hat die SV ihr Recruiting neu ausgerichtet?

TAMARA GRAHL Wir beobachten große Veränderungen auf dem Arbeitsmarkt: den demografischen Wandel, Fachkräftemangel, neue Erwartungen der jungen Generation und die zunehmende Bedeutung von KI. Diese Entwicklungen haben uns gezeigt, dass wir schneller und gezielter handeln müssen. Deshalb haben wir von einer dezentralen zu einer zentralen Struktur gewechselt, die Recruiting, Personalmarketing und Employer Branding bündelt. Seit 2024 leite ich diese Abteilung.

Wie sieht der Bedarf in der SV konkret aus?

TAMARA GRAHL Ab 2028 spüren wir den Ruhestand der „Boomer“-Generation noch deutlicher. Als großer Arbeitgeber brauchen wir kontinuierlich neue Fachkräfte – und müssen gleichzeitig bestehende Mitarbeitende binden. Der Wettbewerb um Talente ist hart; deshalb reicht es nicht mehr, auf Bewerbungen zu warten.

MATTHIAS BAUM Die SV wächst und bearbeitet immer mehr Kundenanliegen. Gleichzeitig gehen viele Verkäufer in den Ruhestand. Wir benötigen Menschen, die unsere Kunden weiter professionell betreuen. Unser Ziel: Bis 2030 sollen 1.400 Verkäufer im Außendienst arbeiten – dafür suchen wir bis dahin 270 neue Kolleginnen und Kollegen.

Trotz über

5.000

Beschäftigten erleben viele die SV als familiär.

1.400

Verkäufer sollen bis 2030 im Außendienst arbeiten ...

270

... neue Kolleginnen und Kollegen werden dafür gesucht.

Wie ist das Recruiting organisiert?

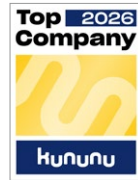
TAMARA GRAHL Hauptansprechpartner für das Recruiting sind für den Innendienst die HR-Businesspartner und für den Außendienst die Leiter der Vertriebsorganisationen. Wir unterstützen gezielt in drei Bereichen: Active Sourcing, Recruiting und Employer Branding/Personalmarketing. Im Active Sourcing sprechen wir gezielt potenzielle Kandidatinnen und Kandidaten an. Im Recruiting kümmern wir uns um Ausschreibungen und Netzwerke. Und im Employer Branding stärken wir das Arbeitgeberimage der SV, auch über Social Media. 2025 konnten wir, allein durch unsere Unterstützung, 54 Neueinstellungen mehr realisieren.

MATTHIAS BAUM Im Vertrieb arbeiten wir eng mit dem Recruitingteam zusammen. Leitungskräfte im Vertrieb bleiben wichtige Treiber, bekommen aber professionelle Unterstützung. Recruiting ist mehr als das Besetzen von Stellen. Es geht darum, Menschen frühzeitig zu erkennen, anzusprechen und Kontakte zu pflegen. Das gelingt nur gemeinsam.

Auf welche Bewerbergruppen fokussieren Sie sich?

MATTHIAS BAUM Für den Außendienst setzen wir auf drei Gruppen: Quereinsteiger, erfahrene Professionals und Auszubildende. Von allen Neueinstellungen soll jeweils etwa ein Drittel aus diesen Gruppen kommen. Besonders interessant sind für uns Quereinsteiger aus kaufmännischen Berufen oder dem Handel. Professionals kommen in der Regel aus der Finanz- und Versicherungsbranche.

TAMARA GRAHL Im Innendienst konzentrieren wir uns mit unserer Unterstützung auf schwer zu besetzende Stellen und agieren stärker vorausschauend. Dafür entwickeln wir gezielte Konzepte für Spezialisten, Wiederkehrer, Quereinsteiger sowie Auszubildende. Eine wichtige Aufgabe ist es dabei, die Jobvielfalt der SV sichtbarer zu machen.



Die SV ist als Arbeitgeber top. Erfahren Sie hier mehr:

Ratings und Auszeichnungen

DIE EXPERTINNEN UND EXPERTEN AUS DER SV



Tamara Grahl leitet seit 2024 die Abteilung Personalmarketing & Employer Branding in Stuttgart. Sie ist seit 14 Jahren bei der SV beschäftigt und hat ihr duales Studium bei der SV 2015 abgeschlossen.



Matthias Baum leitet seit vier Jahren die Organisationsdirektion in Wiesbaden. Diese ist für den Sparkassenvertrieb im Rhein-Main-Gebiet und in Mittelhessen zuständig. Seit 22 Jahren arbeitet er bei der SV.

2. Tamara Grahl und Matthias Baum besprechen die Personalstrategie der SV und Recruitingmaßnahmen für den Innen- und Außendienst.



Hat sich das Bewerberverhalten verändert?

MATTHIAS BAUM Ja, deutlich. Viele für uns interessante Menschen bewerben sich nicht mehr von selbst. Wir müssen aktiv auf sie zugehen und ihnen zeigen, was die SV ausmacht. Viele wissen gar nicht, wie vielfältig unsere Arbeitswelt ist und welche Chancen es im Innen- und Außendienst gibt. Unsere Mitarbeitenden berichten oft sehr positiv über die SV als Arbeitgeber – doch das müssen wir noch viel stärker nach außen tragen.

Welche Kanäle nutzen Sie im Recruiting?

TAMARA GRAHL Wir nutzen ein breites Spektrum: klassische Jobportale, Job-Messen, Business-Netzwerke, Online-Marketing und Social Media. Gleichzeitig setzen wir vermehrt auf die direkte Ansprache interessanter Kandidatinnen und Kandidaten.

Ist die persönliche Ansprache noch zeitgemäß?

MATTHIAS BAUM Sie ist wichtiger denn je. Persönliche Treffen, ob in der SV, im Café, bei einem „Dialog-Walk“ oder einem Teams-Call, machen einen großen Unterschied aus. Entscheidend ist, dass wir aktiv auf die Menschen zugehen und deutlich machen, welche Chancen die SV bietet.

Warum sollten Bewerber sich für die SV entscheiden?

TAMARA GRAHL Die SV ist ein moderner, verlässlicher Arbeitgeber mit engagierten Mitarbeitenden, die sich mit dem Unternehmen identifizieren. Dies belegen auch die zahlreichen Auszeichnungen, die wir als Arbeitgeber erhalten. Sicherheit, Vertrauen und gute Entwicklungsmöglichkeiten gehören zu unserer DNA. Wir bieten attraktive Leistungen, faire Einkommen und eine positive Arbeitsatmosphäre. Das überzeugt viele Menschen.

Warum kehren Menschen zur SV zurück?

MATTHIAS BAUM Vor allem wegen unseres Umgangs miteinander. Viele vermissen nach einem Wechsel den Teamgeist und das Miteinander, wie sie es aus ihrer Zeit bei der SV kennen. Trotz über 5.000 Beschäftigten erleben viele die SV als familiär. Sie ist groß genug, um etwas zu bewegen, und klein genug für Nähe und Partnerschaft. Die SV verbindet Regionalität, Nähe und Zuverlässigkeit mit der Größe eines Konzerns. Das macht uns besonders.

Was macht Ihren Job so spannend?

MATTHIAS BAUM Bei uns zählt der Mensch. Das habe ich in jeder Aufgabe, die ich begleiten durfte, so erlebt. Die wertschätzende Kommunikation motiviert zu Bestleistungen. Der Antreiber für meine Arbeit sind die Menschen. Dabei macht es keinen Unterschied aus, ob es um Mitarbeitende, Vertriebspartner oder Kunden geht: Wir haben etwas zu bieten und auf uns kann man sich verlassen.

Was bedeutet Ihnen die Arbeit bei der SV?

TAMARA GRAHL Für mich ist die SV weit mehr als ein Arbeitgeber. Als „SV-Eigengewächs“ hatte ich hier die Möglichkeit, meinen beruflichen Weg kontinuierlich zu gestalten und Schritt für Schritt Verantwortung zu übernehmen. Diese Entwicklungsperspektive hat mir gezeigt, wie sehr individuelle Potenziale gesehen und gefördert werden.

DIE SV ÜBERNIMMT VERANTWORTUNG FÜR IHR HANDELN

Gesellschaftliche Verantwortung und Nachhaltigkeit ist eine der vier Dimensionen der Unternehmensstrategie der SV. Nachhaltiges Wirtschaften bedeutet, unternehmerischen Erfolg mit ökologischer und sozialer Verantwortung zu verbinden.

BEISPIELHAFTE ENGAGEMENTS IN AUSGEWÄHLTEN HANDLUNGSFELDERN

- Handlungsfeld „Umwelt“

Ressourcenschonung im Geschäftsbetrieb

Die SV achtet auf die Vermeidung und Reduktion von CO₂-Emissionen und setzt umweltschonende und energiesparende Techniken ein. Am Standort Stuttgart gibt es zum Beispiel Rückkühlwerke, die den Wasserverbrauch der Kühltechnik deutlich senken. Auf den Gebäudedächern in Stuttgart, Karlsruhe, Wiesbaden und Kassel betreibt die SV eigene Photovoltaikanlagen. Diese Maßnahmen leisten nicht nur einen Beitrag zum Umweltschutz, sondern sind auch wirtschaftlich vorteilhaft. Durch den reduzierten Energie- und Wasserverbrauch sowie den Einsatz effizienter Technologien werden langfristige Betriebskosten gesenkt und die Wettbewerbsfähigkeit gestärkt. Zudem nutzt die SV seit Jahren Ökostrom und verwendet mit dem „Blauer Engel“-Siegel ausgezeichnetes Umweltpapier. Ab 2026 bezieht die SV Solarstrom, über die Zusammenarbeit mit der CEAM Versorgung GmbH, aus eigenen Solarfeldern

und deckt damit 50 Prozent des Strombedarfs von fünf ihrer sechs Standorte.

SV leistet Beitrag für Klimaschutzprojekte

Die SV übernimmt Verantwortung für die CO₂-Emissionen, die in ihrem Geschäftsbetrieb anfallen, und unterstützt finanziell Klimaschutzprojekte in Höhe der verbleibenden Emissionen (Scope 1 und 2 und Geschäftsreisen aus Scope 3). Dabei arbeitet die SV mit der gemeinsamen Klimaschutzorganisation myclimate zusammen und unterstützt Projekte, die nach dem anerkannten Gold Standard zertifiziert sind.

- Handlungsfeld „Produkte, Leistungen, Kapitalanlage“

Anteil der alternativen Anlagen weiter ausgebaut

Die SV zählt zu den großen institutionellen Anlegern in Deutschland. Sie setzt seit vielen Jahren auf Investitionen in Infrastruktur und Wald. 2025 hat die SV bereits 1,53 Milliarden Euro (1,34) – das sind 6,0 Prozent ihrer Kapitalanlagen – in diesem Bereich angelegt. Einen wesentlichen Schwerpunkt bilden Investitionen in die Energieinfrastruktur, insbesondere

in die Stromübertragungsnetze. Mit den Investitionen in die Amprion GmbH und die TransNet BW leistet die SV einen wichtigen Beitrag zur Energietransformation und verfügt damit über eine nachhaltig attraktive Kapitalanlage zum Wohle ihrer Kunden. Zusätzlich investiert die SV in die regenerative Stromerzeugung; hierzu zählen Fondsinvestitionen in Photovoltaikanlagen und Windparks. Über ihr Tochterunternehmen ecosenergy beteiligt sich die SV auch direkt an Solarparks in Deutschland.

Verantwortungsvoller Kapitalanleger mit breitem Anlageportfolio

Die SV hat sich im Branchenvergleich schon früh auf den Weg gemacht, Nachhaltigkeitskriterien in ihrer Kapitalanlage zu beachten. So wurde ein Konzept mit ISS Sustainability Solutions entwickelt, einem auf Nachhaltigkeitsdaten spezialisierten Dienstleister. Vor einigen Jahren ist die SV als erster öffentlicher Versicherer der Net Zero Asset Owner Alliance (NZAOA), einem weltweiten Klimabündnis großer Kapitalanleger, beigetreten. Ziel ist, bis 2050 die CO₂-Emissionen des gesamten Anlageportfolios auf netto null zu reduzieren. Auch mit der Mitgliedschaft in der Investoren-Initiative PRI (Principles for Responsible Investment) der Vereinten Nationen bekennt

sich die SV zu den Prinzipien für verantwortungsvolles Investieren. Der Klimawandel ist ein globales Problem, das eine weltweite Zusammenarbeit und ein gemeinsames Handeln erfordert. Die SV bekennt sich zum Ziel des Pariser Klimaschutzabkommens und strebt eine kontinuierliche Reduktion des CO₂-Fußabdrucks ihrer Kapitalanlagen an. Für die SV ist die Reduzierung von CO₂-Emissionen ein wichtiges Ziel.

Ausschlusskriterien in der Kapitalanlage

Die SV unterscheidet in ethische und klimabezogene Ausschlusskriterien für gelistete Aktien und Unternehmensanleihen.

- Ethische Ausschlüsse von Unternehmen mit Beteiligung an kontroversen Waffen, dazu zählen beispielsweise Landminen und Streumunition, aber auch von Unternehmen, die gegen die Prinzipien des United Nations Global Compact verstoßen. Hier sind zum Beispiel Menschenrechtsverletzungen und Kinderarbeit zu nennen.
- Die klimabezogenen Ausschlüsse beziehen sich auf Unternehmen, die thermische Kohle fördern oder verbrennen bzw. an deren Ausbau

beteiligt sind. Sie beziehen sich auch auf die Ausbeutung von Ölsanden und die Öl-/Gasförderung in der Arktis.

- Seit 2024 zeichnet die SV keine Fonds mehr, die direkt in neue Öl-/Gasförderprojekte investieren. Investitionen in Verteilinfrastruktur von Öl und Gas sowie die Nutzung sind nur unter Auflagen möglich.
- Auch werden Fonds ausgeschlossen, die direkt in neue Projekte im Bereich der thermischen Kohle sowie die Öl-/Gasförderung in der Arktis investieren.
- Seit 2026 hat die SV zudem ihre Ausschlussstrategie für Unternehmen im Öl- und Gassektor ausgeweitet. Die neuen Ausschlusskriterien schließen konventionelle Öl- und Gasförderung sowie weitere unkonventionelle Methoden – beispielsweise die Förderung von Öl und Gas mittels Frackings oder in Wassertiefen von mehr als 300 Metern – mit ein. Bei den Ausschlüssen wird berücksichtigt, ob Unternehmen sich Emissionsreduktionsziele gesetzt haben.

• Handlungsfeld „Gesellschaftliches Engagement“

Kulturförderung und soziales Engagement

Die SV fördert Kunst, Kultur, Bildung und Soziales. Zu den Highlights 2025 gehörten große Projekte von regionaler und kulturstiftender Bedeutung. In Baden-Württemberg unterstützte die

SV unter anderem vier große Techno-Festivals der RRS Event Group im Raum Karlsruhe, das Abschlussfest der „Europa Minigärtner“ auf der Insel Mainau, das speziell vor 13 Jahren für Jugendliche ins Leben gerufen wurde, sowie das Deutsche Musikfest in Ulm und Neu-Ulm, das mit 21.000 Teilnehmenden und 522 Konzerten ein Wochenende voller Musik bot. In Thüringen feierte das Fahrzeugmuseum Suhl sein 30-jähriges Jubiläum mit einer großen Präsentation an Fahrzeugen aus der Vergangenheit und der DDR-Zeit. Und wie seit vielen Jahren fanden auch 2025 die DomStufen Festspiele in Erfurt statt, die mit einer Neuinszenierung von La Bohème begeisterten. Gemeinsam mit den Verbundpartnern der Sparkassen-Finanzgruppe wurden weitere Projekte umgesetzt, so in Hessen das Stadtfest in Wiesbaden und das 12. Windkunstfestival „bewegter wind“ im nordhessischen Zierenberg.

Kultur und Soziales

Förderer des Breitensports und des Nachwuchses

In der Sportförderung steht besonders die Jugend- und Nachwuchsförderung im Fokus. Die SV fördert gemeinsam mit den Außendienst-Agenturen die Vereine vor Ort und bringt die Menschen in der Region über den Sport zusammen. Die SV bietet Trainingscamps für Kinder und Jugendliche in den Sportarten Fußball, Handball und Tischtennis an und setzt dabei auf die Erfahrung und das Know-how von Profisportlern. Die SV bietet dafür eigene Projekte wie die mobilen SV Fußballschulen, die SV Handball-Action-Days und die SV Tischtennis-Erlebnistage, die in den örtlichen Sportvereinen für Kinder und Jugendliche

stattfinden. Ein besonderes Plus: Die SV arbeitet dabei mit ehemaligen Profisportlern und Nationalspielern zusammen, die ihre Leidenschaft und ihr Wissen so an die nächste Generation weitergeben. Mit Sportgrößen wie Jörg Roßkopf im Tischtennis, Guido Buchwald im Fußball und Christian „Blacky“ Schwarzer im Handball ist ein hoch qualifiziertes und prominentes Trainerteam am Start. Die Sportcamps tragen das Motto „Trainieren wie die Weltmeister“ und werden in Baden-Württemberg, Hessen und Thüringen angeboten. 2025 hat die SV insgesamt 22 SV Fußballcamps, 9 Tischtennis-Erlebnistage und 12 Handball-Camps für mehr als 3.000 junge Menschen durchgeführt.

Sportförderung

Großer Förderer der Feuerwehren

Die Feuerwehren und die SV verbindet eine enge Partnerschaft sowie das gemeinsame Interesse, Schäden zu verhindern und das Schadenausmaß zu verringern. Aktuell unterstützt die SV ihre Kommunkunden im Rahmen des KRISTALL-Versicherungsschutzes bei der Ausstattung von Feuerwehrhäusern mit modernen, vernetzten Rauchwarnmeldern. Bis 2029 plant die SV, in über 800 versicherten Kommunen den Einbau von Brandfrüherkennungsanlagen zu fördern. Sie investiert dafür insgesamt fast zwei Millionen Euro. Das ist ein weiterer wichtiger Beitrag zur langfristigen Förderung sowie zur Sicherheit der Einsatzkräfte und der Infrastruktur vor Ort. In der Vergangenheit hat die SV ihren Kunden bereits LED-Beleuchtungssysteme, Hohlstrahlrohre, Rauchschutzvorhänge, Wärmebildkameras und die mobile Staustelle BIBER bereitgestellt. Neben der Feuerwehrtechnik fördert die

SV viele weitere Projekte. Dazu gehören die vier Landesfeuerwehrverbände in ihrem Geschäftsgebiet, Feuerwehrstiftungen sowie örtliche Feuerwehrjubiläen. Zusätzlich stellt die SV ihren Kunden kostenlose Materialien zur Brandschutzerziehung und Brandschutzaufklärung zur Verfügung.

Feuerwehrförderung

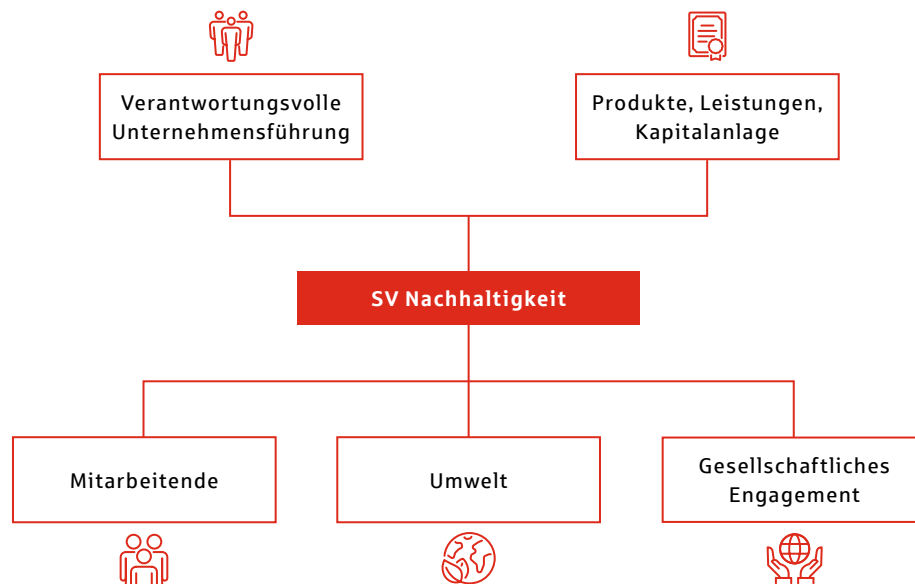
Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses

Über ihre eigene Stiftung „Umwelt und Schadenvorsorge“ unterstützt die SV die Forschung und wissenschaftliche Arbeit für branchenrelevante Themen. Die Stiftung beschäftigt sich mit der Analyse von Schadenursachen, der Schadenprävention und der Schadenbegrenzung bei Elementargefahren. Sie trägt dazu bei, dass künftig Elementar Risiken besser verstanden und vorhergesagt werden können. Kern der Stiftung ist das Doktorandenkolleg an der Universität Stuttgart, der Technischen Universität Dresden und dem Karlsruher Institut für Technologie, in dem junge Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler Gefahrensituationen analysieren und geeignete Schutz- und Präventionsmaßnahmen erforschen.

Stiftung „Umwelt und Schadenvorsorge“

Mit der „ÖVA-Stiftung – Wissenschafts- und Kulturförderung an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg Mannheim“ fördert die SV wissenschaftliche, kulturelle, soziale und sportliche Aktivitäten.

Handlungsfelder der Nachhaltigkeitsstrategie



Verantwortungsvolle Unternehmensführung: Nachhaltiges Handeln trägt maßgeblich zur Wettbewerbsfähigkeit bei. Deshalb integriert die SV Nachhaltigkeit in ihre Unternehmensstrategie und ihre -prozesse.

Produkte, Leistungen, Kapitalanlage: Die SV integriert Nachhaltigkeitsaspekte in ihre Produkte und baut die Nachhaltigkeit ihrer Kapitalanlage aus. Zudem berücksichtigt die SV für die Zeichnung gewerblicher und industrieller Risiken dieselben Ausschlusskriterien wie für die Kapitalanlage.

Mitarbeitende: Wirtschaftlicher Erfolg hängt vor allem von der Leistungsfähigkeit und Motivation der Mitarbeitenden ab. Deshalb setzt die SV auf eine nachhaltige Personalpolitik.

Umwelt: Die SV will die Umweltauswirkungen so gering wie möglich halten. Dafür vermeidet und reduziert das Unternehmen CO₂-Emissionen im Geschäftsbetrieb, beispielsweise durch die Optimierung ihrer Energie- und Ressourcenverbräuche, und gestaltet ihre Mobilität nachhaltiger.

Gesellschaftliches Engagement: Die SV identifiziert sich mit den Regionen, in denen sie tätig ist, will sie stärken und ein zuverlässiger Förderer von kulturellen, sportlichen und sozialen Angeboten sein. Das hat in der SV eine lange Tradition.

 [Nachhaltigkeit](#)

SV
Nachhaltigkeit

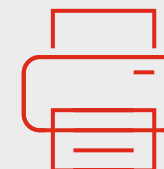
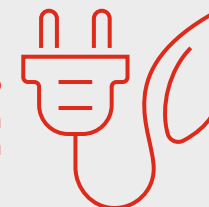
SV IM BLICK

**1,53 Mrd. Euro**

Investitionen in Infrastruktur, erneuerbare Energien und Wald

100 %

Ökostrom an den Konzernstandorten

**99,9 %**

Drucker- und Kopierpapier mit „Blauer Engel“-Siegel

**5.015 Tonnen CO₂**

durch die Unterstützung eines Klimaschutzprojekts

2,13 Mio. Euro
für gesellschaftliches Engagement**41.214 MWh**

Energieerzeugung aus erneuerbaren Quellen (inkl. ecosenergy GmbH)



DER VORSTAND

Vorstand



DIE SV STELLT DIE WEICHEN FÜR DIE ZUKUNFT

2025 setzt die SV ihren Zukunftskurs entschlossen fort. Ob GenAI-Lösungen, KI-gestützte Schadenprävention, ein aktives Innovationsmanagement oder die Expertise der SV Informatik GmbH – an vielen Stellen arbeitet die SV heute schon an den Technologien von morgen.

Einsatz von GenAI

Die SV treibt den verantwortungsvollen Einsatz von generativer KI (GenAI) konsequent voran und schafft damit die Grundlage für effizientere Prozesse und besseren Service. Ein zentraler Baustein ist die Schulung der Mitarbeitenden: Durch gezielte Qualifizierungsangebote und den Roll-out von Microsoft Copilot Chat im Konzern entwickeln Teams neue Kompetenzen und integrieren GenAI-gestützte Arbeitsweisen in ihren Alltag. Parallel dazu erprobt die SV weitere konkrete Anwendungsszenarien. Im Schadenprozess kann GenAI beispielsweise dabei unterstützen, Informationen schneller zu analysieren und Entscheidungen vorzubereiten. Im Kundenservice werden GenAI-Agenten getestet, die außerhalb der Geschäftszeiten Kundenanfragen beantworten oder die Erreichbarkeit bei einem großen Unwetterereignis sicherstellen. Für den sicheren und skalierbaren Einsatz entsteht zudem eine eigene GenAI-Plattform in der Microsoft Azure Cloud. Sie gewährleistet Datenschutz, Compliance und kontrollierte Modellnutzung – und bildet damit das technologische Fundament für zukünftige Innovationen.

Innovative Schadenprävention mit KI

Schäden durch Leitungswasser haben den größten Schadenanteil in der Wohngebäudeversicherung. Ein kleiner, aber leistungsstarker Sensor, gekoppelt mit KI und einfach anzubringen an der Wasserleitung, könnte helfen, Lecks und Minileckagen viel früher als bisher zu entdecken. Das testet die SV 2026 in einem Piloten. Die SV kooperiert dafür mit Enzo, dessen one.drop-Technologie den Wasserverbrauch in Gebäuden digitalisiert und überwacht. Das System erfasst Verbrauchsdaten wie Temperatur, Durchflussverhalten und analysiert sie in Echtzeit per KI. Das System lernt dabei Verbrauchsmuster und kann deshalb schnell und zuverlässig erkennen, wann welcher Wasserverbrauch nicht normal ist. Der Nutzer wird in der Enzo-App im Falle einer Anomalie informiert und kann prüfen, ob ein „ungewollter“ Austritt von Leitungswasser vorliegt. Durch dieses frühzeitige Erkennen und die Möglichkeit, schnell zu reagieren, erhofft sich die SV, dass das Risiko von Wasserschäden minimiert werden kann. Für die Kunden bedeutet das: weniger Stress, wenn Räume unbewohnbar sind oder es zu wochenlangen Einschränkungen im Wohnkomfort kommt.

Ideen für morgen

Das Innovationsmanagement der SV verfolgt das Ziel, neue Geschäftsmodelle zu entwickeln, Innovationen zu fördern, operative Prozesse zu beschleunigen und die Innovationskultur innerhalb der SV zu stärken. Als Impulsgeber sucht das Innovationsmanagement kontinuierlich nach Wegen, um Mehrwerte für die SV zu schaffen. Dabei werden frühzeitig neue Trends, anspruchsvolle Kundenbedürfnisse und technologische Möglichkeiten analysiert. Die verschiedenen Innovationsökosysteme setzen insbesondere auf die enge Zusammenarbeit mit den Fachbereichen der SV, der Sparkassen-Finanzgruppe sowie externen Partnern wie etwa Netzwerken innerhalb und außerhalb der Versicherungsbranche sowie diversen Start-ups. Seit Mitte 2025 investiert die SV gezielt in Start-ups. Dafür wurde mit der For-Sure Ventures GmbH ein eigenes Tochterunternehmen gegründet, das in junge Unternehmen investiert, die die SV strategisch weiterbringen.

Zukunftsfähige IT-Lösungen

Als hundertprozentige Tochter der SV ist die SV Informatik GmbH seit 1994 IT-Partner für die SV und SV Sachsen. Rund 570 Mitarbeitende an den

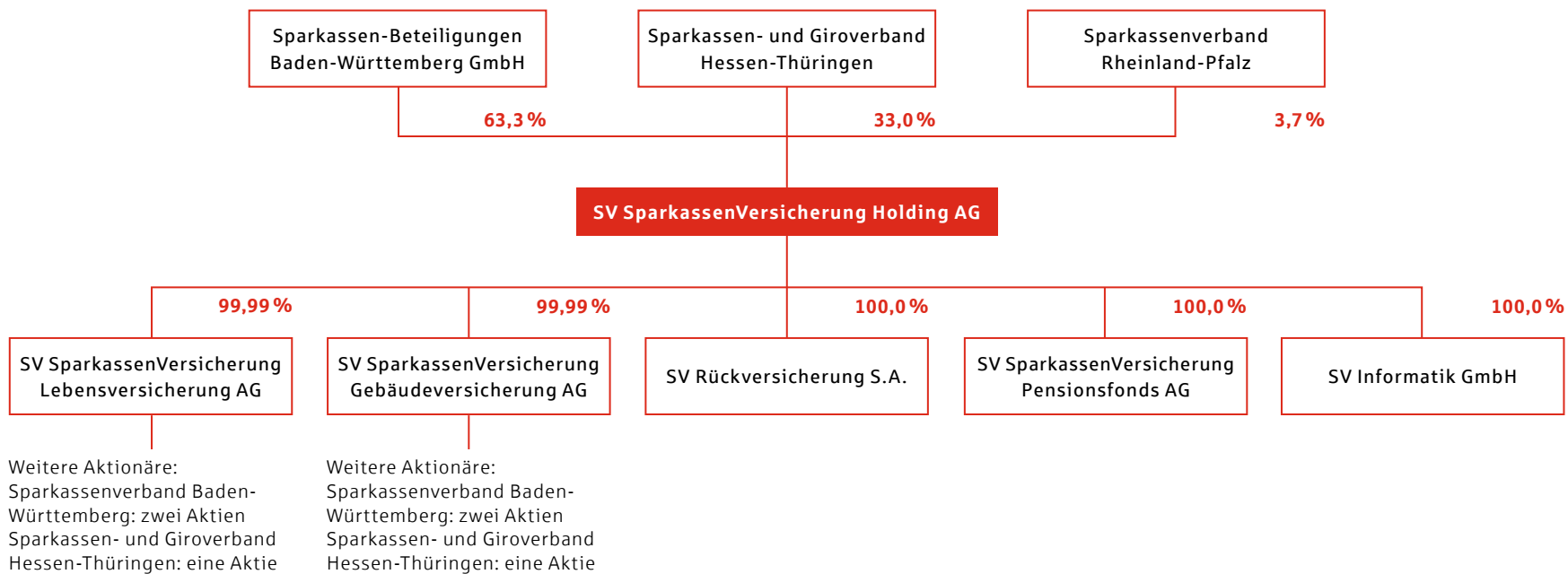
Standorten Mannheim, Stuttgart, Wiesbaden, Kassel und Dresden gestalten die digitale Zukunft der Versicherungsunternehmen. Das Leistungsspektrum reicht von der Beratung über die Entwicklung und Betreuung von Anwendungen bis hin zur Ausstattung moderner Arbeitsplätze. Die Kernkompetenz liegt dabei in der Integration von Drittlösungen in beliebige Versicherungskontexte der SV. Im sogenannten IT-Lab werden gemeinsam mit dem Innovationsteam der SV neue Technologien erprobt, mit dem Ziel, konkrete Mehrwerte für die Versicherungswelt zu schaffen. 2025 wurden im Rahmen einer großen Austauschaktion 5.000 Endgeräte erneuert und durch das gemeinnützige IT-Unternehmen afb social & green IT aufbereitet, wiederverwendet oder fachgerecht recycelt.

Ausbildung in der IT

Zudem investiert die SV Informatik gezielt in den IT-Nachwuchs: Aktuell werden 38 Auszubildende und Studierende in unterschiedlichen Fachrichtungen ausgebildet. [🌐 SV Informatik GmbH](#)

Konzern- und Eigentümerstruktur des SV Konzerns

(auszugsweise dargestellt)



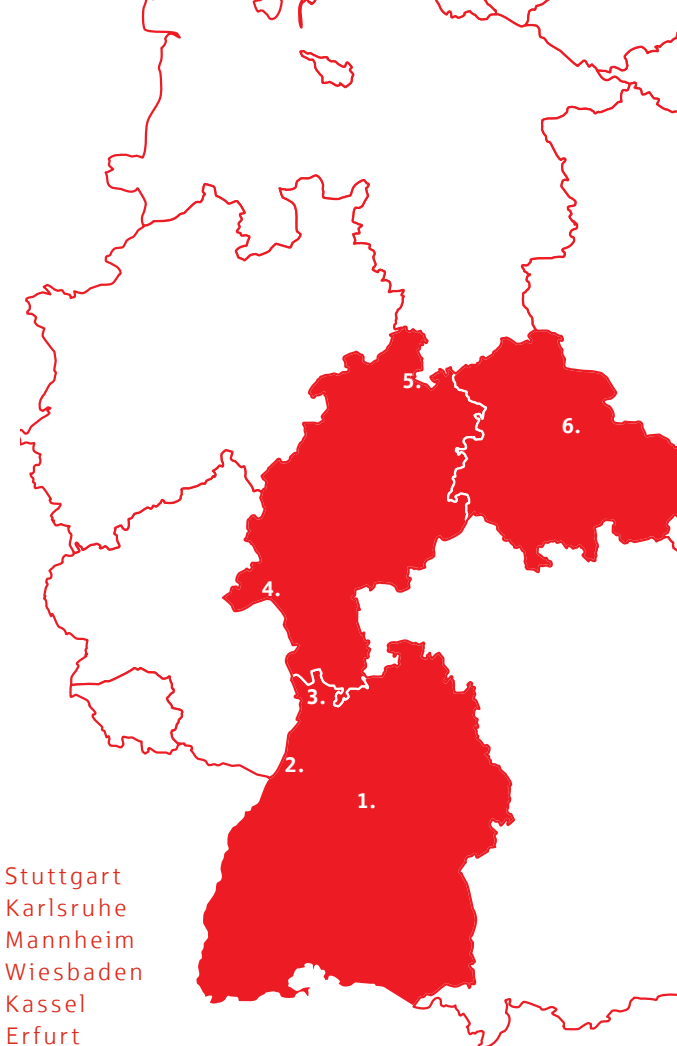
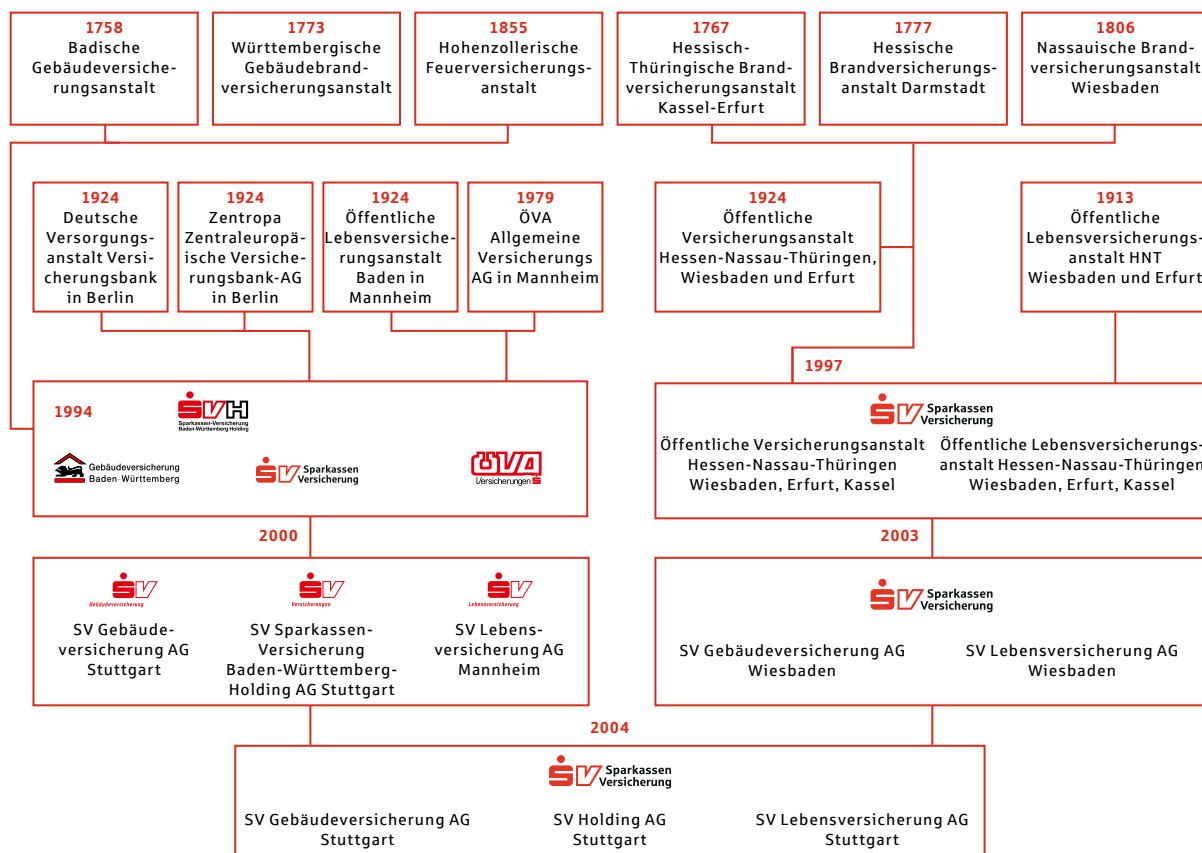
SV auf
einen Blick


3,46 Mrd. Euro
Versicherungsleistungen


7,9 Mio.
Verträge


30,0 Mrd. Euro
Kapitalanlagen

Stammbaum der SV im Überblick



SV auf
einen Blick

#3

der öffentlichen
Versicherer

#3

der Gewerbe-/
Industrieversicherer

#4

in der Gebäudeversicherung

#4

in der gewerblichen
Feuerversicherung

#5

der Sachversicherer

#5

der landwirtschaftlichen
Feuerversicherer

#13

unter den
Schadenversicherern

#15

unter den
Lebensversicherern

#21

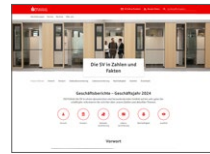
unter den
Versicherungskonzernen

WEITERE INFORMATIONEN

Geschäftsberichte 2025



SV KOMPAKT
Unsere Erfolge und
Perspektiven



**SV KOMPAKT
ONLINE**



SV NACHHALTIGKEIT
Wir übernehmen
Verantwortung



SV KONZERN
Geschäftsbericht 2025



SV HOLDING AG
Geschäftsbericht 2025



**SV GEBÄUDE-
VERSICHERUNG AG**
Geschäftsbericht 2025



**SV LEBENS-
VERSICHERUNG AG**
Geschäftsbericht 2025



SV PENSIONSFONDS AG
Geschäftsbericht 2025



**BERICHT ÜBER DIE
SOLVABILITÄT UND
FINANZLAGE**
SV Gruppe



**BERICHT ÜBER DIE
SOLVABILITÄT UND
FINANZLAGE**
SV Holding AG



**BERICHT ÜBER DIE
SOLVABILITÄT UND
FINANZLAGE**
SV Gebäudeversicherung AG



**BERICHT ÜBER DIE
SOLVABILITÄT UND
FINANZLAGE**
SV Lebensversicherung AG

SV Kundenservice

Kundenservice in Ihrer Nähe:

Stuttgart Tel.: 0711 898-100 Fax: 0711 898-109

Mannheim Tel.: 0621 454-100 Fax: 0621 454-109

Wiesbaden Tel.: 0611 178-100 Fax: 0611 178-109

Karlsruhe Tel.: 0721 154-100 Fax: 0721 154-109

Kassel Tel.: 0561 7889-100 Fax: 0561 7889-109

Erfurt Tel.: 0361 2241-100 Fax: 0361 2241-109

SV in Social Media aktiv



Die Geschäftsberichte sowie die
Broschüren SV Kompakt und
SV Nachhaltigkeit finden Sie auf
der Website der SV unter:

[Geschäftsberichte](https://www.sv.de/Geschäftsberichte)



Onlinemagazin der SV:

Das Magazin der SV bietet aktuelle
Themen, hilfreiche Informationen
und interessante Storys.

[Onlinemagazin](https://www.sv.de/Onlinemagazin)

IMPRESSUM

Herausgeber

SV SparkassenVersicherung
Holding AG

Löwentorstraße 65
70376 Stuttgart

[sparkassenversicherung.de](https://www.sparkassenversicherung.de)

Verantwortlich

Unternehmenskommunikation

Christoph Jag

Tel.: 0711 898-48221

Redaktion

Stefanie Rösch

Tel.: 0711 898-48222

Konzeption, Gestaltung und Realisation

RYZE Digital, Mainz

[ryze-digital.de](https://www.ryze-digital.de)

Redaktionsschluss

27.03.2026

Bildnachweise

Titelmotiv: RYZE Digital, Mainz

Fotos Vorstand,

Seite 3 und 29: Marc Gilardone

Titelfotos und Innenfotos: Jason Sellers