

## Wachstums- und Kosteninitiative im Vertrieb

**Stark veränderte Kundenerwartungen, neue regulatorische Anforderungen und anhaltend niedrige Zinsen führen zu Anpassungsbedarf im Ausschließlichkeitsvertrieb der Allianz Deutschland. Die Allianz setzt deshalb auf eine Wachstums- und Kosteninitiative. Sie investiert in den Bereichen Digitalisierung und Beratungsqualität bei ihren rund 8.400 Vertretern in Deutschland und plant gleichzeitig die Vertriebskosten durch eine Straffung der Geschäftsstellenstruktur und die Neuordnung des Spezialvertriebs zu senken. Damit soll die Marktführerschaft ausgebaut und die Zukunfts- und Wettbewerbsfähigkeit gestärkt werden. „Der heutige Versicherungskunde nutzt immer mehr den digitalen Zugang zu seiner Agentur. Diesem Wandel stellen wir uns als Marktführer und nutzen ihn als Chance für mehr Wachstum“, sagt Joachim Müller, Vorstandsvorsitzender der Allianz Beratungs- und Vertriebs-AG. „Die Vertreter sind dabei ein wesentlicher Bestandteil der Digitalisierungsstrategie und des Allianz Auftritts im Netz.“ Zugleich sind Kostensenkungen notwendig, um Kapital für die erforderlichen Investitionen zur Verfügung zu stellen und den Kunden weiterhin attraktive Renditen und Produkte bieten zu können.**

Allianz erhöht Tempo bei Digitalisierung

- Investitionen in digitale Agentur und beste Beratungsqualität
- Kostensenkung durch straffere Vertriebsstruktur
- Zahl der Vertreter und flächendeckende Präsenz bleiben unverändert

Stark veränderte Kundenerwartungen, neue regulatorische Anforderungen und anhaltend niedrige Zinsen führen zu Anpassungsbedarf im Ausschließlichkeitsvertrieb der Allianz Deutschland. Die Allianz setzt deshalb auf eine Wachstums- und Kosteninitiative. Sie investiert in den Bereichen Digitalisierung und Beratungsqualität bei ihren rund 8.400 Vertretern in Deutschland und plant gleichzeitig die Vertriebskosten durch eine Straffung der Geschäftsstellenstruktur und die Neuordnung des Spezialvertriebs zu senken. Damit soll die Marktführerschaft ausgebaut und die Zukunfts- und Wettbewerbsfähigkeit gestärkt werden.

„Der heutige Versicherungskunde nutzt immer mehr den digitalen Zugang zu seiner Agentur. Diesem Wandel stellen wir uns als Marktführer und nutzen ihn als Chance für mehr Wachstum“, sagt Joachim Müller, Vorstandsvorsitzender der Allianz Beratungs- und Vertriebs-AG. „Die Vertreter sind dabei ein wesentlicher Bestandteil der Digitalisierungsstrategie und des Allianz Auftritts im Netz.“ Zugleich sind Kostensenkungen notwendig, um Kapital für die erforderlichen Investitionen zur Verfügung zu stellen und den Kunden weiterhin attraktive Renditen und Produkte bieten zu können.

Die vollständige Pressemeldung finden Sie [HIER](#)

### **Kontaktdaten:**

Allianz Deutschland AG

Unternehmenskommunikation

Claudia Herrmann

Telefon: 089.3800-6858; E-Mail: [claudia.herrmann@allianz.de](mailto:claudia.herrmann@allianz.de)

Mario Ghiai

Telefon: 089.3800-12942; E-Mail: [mario.ghiai@allianz.de](mailto:mario.ghiai@allianz.de)

[logo\\_allianz](#)