

Neue Dachmarke markiert Meilenstein in der strategischen Neuausrichtung - Claim „Versichert nach dem Reinheitsgebot“

**Die Unternehmensgruppe Bayerische Beamten Versicherungen (BBV) heißt ab sofort „die Bayerische“. Die grundlegende Überarbeitung der Markenstrategie der Bayerischen im Rahmen des internen Zukunftsprogramms „moving.forward“ markiert einen Meilenstein in der strategischen Neupositionierung des Traditionsunternehmens mit ...
**

24.10.2012 - Die Unternehmensgruppe Bayerische Beamten Versicherungen (BBV) heißt ab sofort „die Bayerische“. Die grundlegende Überarbeitung der Markenstrategie der Bayerischen im Rahmen des internen Zukunftsprogramms „moving.forward“ markiert einen Meilenstein in der strategischen Neupositionierung des Traditionsunternehmens mit seiner über 150jährigen Geschichte. Zugleich wird der bisherige Claim „Offen für alle“ abgelöst und durch die fokussierte Positionierung und den Leitsatz „Versichert nach dem Reinheitsgebot“ ersetzt. Die Bayerische bietet ihren Kunden transparente, verständliche und faire Lösungen rund um Versicherung und Vorsorge. Kern der Positionierung ist das Leistungsversprechen „100 Prozent persönlich & schnell“ - alles dreht sich künftig um den Service für Vertriebspartner und Kunden.

Erkennungszeichen der Bayerischen ist der markante Löwenkopf. Abgebildet wird er im kräftigen Blau. Zusammen mit dem Schriftzug „die Bayerische“ bildet dieses Signet eine eingetragene und geschützte Wort-Bild-Marke. Die Namen der Risikoträger Bayerische Beamten Lebensversicherung a.G. (Konzernmutter), Neue Bayerische Beamten Lebensversicherung AG (Leben) und Bayerische Beamten Versicherung AG (Sach) bleiben dieselben wie bisher.

„In den vergangenen beiden Jahren haben wir unsere Unternehmensgruppe grundlegend modernisiert, völlig neue Produkte am Markt etabliert und so an Schlagkraft gewonnen. Diese positiven Entwicklungen machen wir nun nach außen sichtbar“, sagt Dr. Herbert Schneidemann, Vorstandsvorsitzender der Bayerischen. „Die neue Marke ist für uns zugleich Grundlage und Ansporn, die Arbeit an unserer Profilierung und Steigerung der Leistungsfähigkeit weiter voran zu treiben, um das Unternehmen auch für die Zukunft stabil und wettbewerbsfähig aufzustellen.“

Gegründet wurde die Bayerische bereits im Jahr 1858 als „Pensions- und Leichenverein der Königlich Bayerischen Staatseisenbahnen“, im Jahr 1919 weitete das Unternehmen mit Sitz in München seine Geschäftsaktivitäten auf ganz Deutschland aus und öffnete sich im Jahr 1929 für alle Berufsgruppen - daher der bisherige Claim „Offen für alle“. Heute bietet die Bayerische innovative Lösungen für mehr als eine halbe Million Privatkunden in ganz Deutschland.

„Wir bekennen uns zu unseren bayerischen Wurzeln, auch wenn wir längst bundesweit tätig sind. Zugleich setzen wir auf die Werte des modernen Bayern, nämlich Leistung, Innovation und den Glauben an die eigenen Stärken“, sagt Dr. Hartmut Wiedey, Mitglied der Vorstände der Bayerischen. „Unser verbrieftes Anspruchs, dem Kunden im Schadensfall oder bei einfachen Anfragen persönlich und schnell zu helfen, unterstreicht unsere Stärken als mittelständischer Versicherer, die wir weiter ausbauen wollen.“

Der Claim „Versichert nach dem Reinheitsgebot“ steht bei der Bayerischen für das Bemühen um Transparenz und Verständlichkeit, für die mitgliederschaftliche Organisationsstruktur des Versicherungsvereins auf Gegenseitigkeit, für bedarfsgerechte Produkte, die den Interessen der Kunden dienen, für kompetente Beratung über die Möglichkeiten, aber auch die Grenzen der einzelnen Versicherungen - und vor allem für umfassenden Service mit kurzen Reaktionszeiten und kompetenten Ansprechpartnern.

Beispielsweise können die Kunden bei DiagnoseX, dem flexiblen Tarifangebot der Bayerischen zur Einkommenssicherung, von ihrem Berater mit einem besonderen Software-Tool Tarif-Angebote via Internet bekommen und sogar die Gesundheitsprüfung noch während der Beratung vornehmen. Die Zusage erfolgt direkt vor Ort und ist verbindlich – ohne Wenn und Aber. Die Strategierente XXL bietet die bundesweit höchste Mindestverzinsung von 2,75 Prozent. Und die V.I.P.-Zahnzusatzversicherungen schnitten bei unabhängigen Institutionen mehrfach als Testsieger ab.

„Wir haben mit dem Reinheitsgebot eines der ältesten Verbraucherschutzgesetze der Welt für unser Unternehmen neu übersetzt. Unser Reinheitsgebot sagt: Wir konzentrieren uns auf das, was wir wirklich gut können“, sagt Martin Gräfer, das für Vertrieb und Service zuständige Mitglied der Vorstände der Bayerischen. „Das Unternehmen steht für verständliche, fair kalkulierte Versicherungslösungen, moderne, innovative Produkte und all den Premium-Service, den unsere Kunden und Partner dabei schätzen.“

Pressekontakt:

Wolfgang Zdral

Telefon: 089 / 6787 - 8258

E-Mail: presse@diebayerische.de

die Bayerische

Thomas-Dehler-Straße 25

81737 München

Webseite: www.diebayerische.de

