

Bayerische baut ihren Vertrieb deutlich aus

Bis zum Jahr 2018 soll die Zahl der Exklusiv-Vertragspartner der Versicherungsgruppe die Bayerische um 50 Prozent erhöht werden. An der Zwei-Säulen-Strategie im Vertrieb von Exklusiv-Vertragspartnern und Maklern soll sich jedoch nichts ändern.

Bis zum Jahr 2018 soll die Zahl der Exklusiv-Vertragspartner der Versicherungsgruppe die Bayerische um 50 Prozent erhöht werden. An der Zwei-Säulen-Strategie im Vertrieb von Exklusiv-Vertragspartnern und Maklern soll sich jedoch nichts ändern.

Wie das Unternehmen mitteilte, sollen der Exklusivvertrieb und der parallel bestehende Makler-Vertrieb zusätzliche Service-Leistungen erhalten. „Wir investieren in Wachstum und einen qualifizierten Organisationsausbau, das wird ein Meilenstein unserer unternehmerischen Fokussierung“, erklärt Martin Gräfer, Vorstand Vertrieb und Service der Bayerischen. Er betont, dass die Bayerische auch in Zukunft an der bewährten Zwei-Säulen-Strategie im Vertrieb festhalten werde.

Ein Schwerpunkt der Expansion liege in der Qualifikation der Partner und einer Mischung aus Branchenkennern und Quereinsteigern, so Jürgen Reinhardt, Leiter der Exklusiv-Organisation der Bayerischen. Die künftigen Vertragspartner werden intensive Schulungen, Coachings und kontinuierliche persönliche Betreuung erhalten. Das Ziel sei es, die Kunden ganzheitlich zu beraten. Dies werde über den Konzeptverkauf eingeleitet und umgesetzt.

„Darüber hinaus suchen wir wirtschaftlich denkende Kollegen für unseren Ausbau der unternehmerischen Agenturen“, erklärt Reinhardt. Man biete als mittelständisch strukturierte Unternehmensgruppe engagierten Beratern eine Basis, die in Deutschland ihres gleichen suche. Dazu trage auch die Bayerische Finanzberatungs- und Vermittlungs-GmbH (BB) bei. Die Tochtergesellschaft der Bayerischen decke jene Risiken ab, die nicht zur Kernkompetenz der Versicherungsgruppe zähle. „Das Beste aus zwei Welten ist nicht nur Idee, sondern gelebte Praxis“, so Reinhardt.

Christine Schaade