



„Versichert nach dem Reinheitsgebot“ ist mein Leitmotiv

Bei der Verleihung der „Makler-Champions 2016“ ist Martin Gräfer, Vertriebsvorstand der Bayerischen, mit dem Sonderpreis „Vertriebspersönlichkeit des Jahres“ ausgezeichnet worden: der erfolgreiche Manager im Interview mit dem experten Report über Reinheitsgebot, Digitalisierung und Riester-Rente.

Vielen Dank! Ich freue mich sehr über diese Auszeichnung verstehe sie aber als Auszeichnung für die Bayerische insgesamt – denn hier ist ein ganzes Team am Werk, das sehr leidenschaftlich arbeitet. Die Bayerische ist auf dem richtigen Weg – wengleich wir noch lange nicht da angekommen sind, wo wir hinwollen: Wir wollen der Mittelstandspartner für Versicherungsmakler in Deutschland werden. Auf Augenhöhe und mit einem partnerschaftlichen Verständnis. Vielfach werden wir auch heute schon im Maklermarkt als servicestarker Versicherer wahrgenommen und liegen damit vor weit bekannteren Marken. Das macht mich natürlich stolz.

Dennoch muss die Weiterentwicklung der Bayerischen weitergehen – gerade zu Zeiten wie diesen. Rechtliche Rahmenbedingungen, Niedrigzinsphase, die fortschreitende Digitalisierung – auch hier möchten wir auf die für uns typische Weise als Unternehmen Akzente setzen. Wir möchten uns abheben von einem immer weniger persönlichen Markt und als Mittelständler mit innovativen aber gleichsam verständlichen und menschlichen Lösungen auffallen. Der Entwicklung unserer Digitalstrategie kommt dabei eine besondere Bedeutung zu. Ich freue mich hier über ein Feld, auf dem noch viel Platz und Raum für Kreativität besteht. Dabei kommt es darauf an, die Wege

zwischen Kunden, Beratern und Anbietern zu verkürzen und so eine verbraucherorientierte Plattform für persönliche Kommunikation, Informationsaustausch und sichere sowie einfache Interaktion zu schaffen.

Was liegt Ihnen persönlich am Herzen – gibt es ein Leitmotiv?

Ja das gibt es wirklich. „Versichert nach dem Reinheitsgebot“ ist mein Leitmotiv. Das meine ich wirklich ernst. Denn damit drückt sich am besten aus, worum es uns allen hier geht: den Fokus auf verständliche und faire Lösungen ohne versteckte Ecken und Kanten legen.

Und vielleicht ist es auch etwas romantisch oder naiv: Aber wir wollen einen Beitrag dazu leisten, dass unsere Branche sich in der Wahrnehmung verbessert. Denn bei Versicherern und auch bei den Beratern im Markt wird jeden Tag Herausragendes geleistet.

In der Sparte Komposit hat die Bayerische in der Wahrnehmung deutlich zugelegt. Worauf führen Sie dies zurück?

Wir haben in den vergangenen Monaten unsere Produktpalette im Kompositgeschäft umfassend modernisiert und unsere neue Unfallwelt eingeführt, die mit der Unfall-Police Individual revolutionär auf dem Markt ist. Diese

Unfallversicherung leistet in einer einzigartigen Weise. Sie zahlt alle finanziellen Schäden, die der Unfall nach sich zieht – unabhängig von einer Gliedertaxe und bereits ab einem Prozent Invalidität. Dabei endet diese Leistung erst bei zehn Millionen Euro.

Das Produkt hat viel Erstaunen am Markt hervorgerufen. Denn es ist eben völlig anders, als das, was man sonst kennt. Einhergegangen ist die Einführung mit unserer groß angelegten Kampagne „Klein aber gemein“ und unserem virtuellen Unfallkongress. Wir zeigen uns stets innovativ und können uns so von den Großen abheben. Ein Beweis dafür, dass mittelständische Versicherer – anders als manche vermuten – viel besser auf das fordernde Wettbewerbsumfeld reagieren können. Ich denke, das wissen die Makler zu schätzen.

Berufsunfähigkeit, Unfallschutz, geförderte Altersvorsorge – das alles sind komplexe Themen. Bereits kurz vor Weihnachten wurde das Unternehmen die Bayerische selbst mehrfach ausgezeichnet. Wo wollen Sie im Bereich Service noch besser werden?

Es gibt immer Ansatzpunkte, bei denen wir noch besser werden können. Und genau das streben wir an. Wir möchten uns auf keinen Fall auf dem Erreichten ausruhen. So sind wir beispielsweise entschlossen, unser Markenbekenntnis mit 100 Prozent persönlich und schnell und dem Grundsatz der Versicherung nach dem Reinheitsgebot auch in der digitalen Welt umzusetzen. Hier werden wir in naher Zukunft sehr innovative Angebote ausrollen, die den Bedarf von Kunden und Beratern ansprechen und somit einen echten Mehrwert bieten. Und gerade in den letzten Monaten haben wir beispielsweise unsere Service Level im Bereich der Risikovorfragen nicht eingehalten. Zwar war der Grund dafür erfreulich, denn mit dem sehr stark angestiegenen Geschäft wachsen wir. Aber wir wollen und wir können das besser machen. Daran arbeiten wir.

Der Bund der Versicherten geht mit den Versicherern in puncto neuer Lebensversicherungsverträge hart ins Gericht. Auch die Bayerische ging hier neue Wege, eine neue Gesellschaft, ein neues Produkt, ein neues Anreizsystem. Welches Statement geben Sie zum Status Quo der privaten Altersvorsorge in Deutschland? Sind die Wolken am Himmel der Altersvorsorge tatsächlich dunkelschwarz?

Definitiv nein! Natürlich erschweren gewisse Rahmenbedingungen wie z.B. die Niedrigzinsphase den Markt. Dennoch denke ich, dass eine private Rentenversicherung für die Kunden immer attraktiv ist – unabhängig davon, mit welcher Technik eine Garantie erzeugt

wird. Ich bin von der Effizienz des kollektiven Risikoausgleichs – auch über die Zeit – überzeugt. Der klassische Bereich wird immer eine Rolle spielen, die Frage ist eben, wie man den Begriff „klassisch“ künftig definiert. Wir stellen unangemessen teure und kaum spürbare Garantien während der Laufzeit auf den Prüfstand. Ausschlaggebend ist die Garantie zum Eintritt des Versorgungsfalls – das ist in der Regel der Übergang in den Rentenbezug.

Wir haben bei der Bayerischen rechtzeitig Vorsorge getroffen und unsere Zinszusatzreserven kräftig aufgestockt. Zudem können wir es uns dank unserer exzellenten Kapitalergebnisse leisten, für 2016 eine Überschussbeteiligung von bis zu 3,94 Prozent deklarieren – einschließlich Schlussgewinnanteil sowie der Mindestbeteiligung an den Bewertungsreserven. Damit dürften wir im Spitzenfeld der LV liegen. Gleiches gilt übrigens auch für die Solvenzquoten unserer Versicherer und insbesondere unserer Muttergesellschaft. Damit dürften wir auch in 2015 wieder in der Spitzengruppe des Marktes liegen. Allen Unkenrufen zum Trotz: Der Mittelstand auch in der Versicherungswirtschaft lebt und es bleibt mit uns zu rechnen.

In wenigen Tagen bringen wir eine neu konzeptionierte und inhaltlich auch neu aufgebaute Riester – Rente auf den Markt. Viele große Unternehmen ziehen sich hier zurück: Grund genug für uns anzugreifen.

Herr Gräfer, wir bedanken uns für das ausführliche Gespräch.

Bild: © die Bayerische

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4942308/versichert-nach-dem-reinheitsgebot-ist-mein-leitmotiv/>