

8./9. Januar 2011

FINANZPLATZ BAYERN, Sonderbeilage des Verlages

Seite 29

Münchener Verein:

### Stringente Zielgruppenstrategie

Nach den vorläufigen Geschäftszahlen hat die Münchener Verein Versicherungsgruppe 2010 erstmals Beitragseinnahmen von rund 700 Millionen Euro erzielt. Das entspricht einem Plus von 6,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahr, wie Vorstandsvorsitzender Rainer Reitzler zur SZ sagte. „Turbo für unser Wachstum ist unsere stringente Zielgruppenausrichtung auf das Handwerk, den Öffentlichen Dienst, Verbände und die Generation 50Plus.“ Als traditioneller Handwerksversicherer habe sein Unternehmen in dieser Zielgruppe insbesondere beim Neugeschäft der betrieblichen Altersvorsorge (bAV) um voraussichtlich 45 Prozentpunkte zulegen und neue Partnerschaften schließen können. Mit dazu beigetragen habe sicherlich, dass das „Institut für Vorsorge und Finanzplanung“ seinem Haus als erstem Versicherungsunternehmen das Qualitätssiegel BestbAV verliehen habe. Auch in der Zielgruppe Öffentlicher Dienst habe es eine erfreuliche Nachfragesteigerung gegeben. So hätten auf dieses Klientel spezialisierte Krankenversicherungsvolltarife bereits 24 Prozent der gesamten Vollversicherungstarife im Neugeschäft ausgemacht. „Der größte vertriebliche Schub kam allerdings im Juli mit der Einführung unseres neuen Pflegeproduktes ‚Deutsche Privat Pflege‘ für die wachsende Zielgruppe 50Plus“, resümiert Reitzler. Als modularer Baukasten aufgebaut, könne der Kunde die einzelnen Leistungen flexibel und individuell nach seinen Bedürfnissen zusammenstellen. „Das

ist bisher einzigartig auf dem deutschen Markt.“ Daher hätten seine Mitarbeiter seit Einführung im Juli bis zum Jahresende eine nahezu doppelt so hohe Produktion dieser Krankenversicherungstarife erzielt wie im Vorjahr. Herausforderungen habe es 2010 jedoch insbesondere auf den Kapitalmärkten gegeben. Denn wie alle an den Finanzmärkten agierenden Unternehmen sei auch der Münchener Verein von der lang anhaltenden Niedrigzinsphase betroffen, die die Renditechancen nachhaltig deutlich mindere. „Auf den Kapitalmärkten sind wir seit jeher konservativ unterwegs, da wir für die Einhaltung langfristiger Leistungszusagen an unsere Versicherungskunden Sorge tragen und nicht spekulativ mit uns anvertrauten Geldern umgehen“, erklärt Reitzler. Er habe angesichts der Finanz- und Euro-Krise noch stärker auf Sicherheit gesetzt und zum Beispiel Hypothekendarlehen in Bayern ausgeweitet. Das habe die Erträge optimiert, so dass die Kapitalanlagen insgesamt um drei Prozent auf voraussichtlich rund 4,9 Milliarden Euro gestiegen seien. Diese kämen der Versichertengemeinschaft des Unternehmens weitgehend ungeschmälert zugute, da der Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit keine Aktionärsinteressen und Dividendenforderungen bedienen müsse.

Für das Geschäftsjahr 2011 ist Reitzler trotz der weiter bestehenden Herausforderungen auf den Finanzmärkten optimistisch. „Mit unserer Zielgruppenstrategie haben wir Geschäftsfelder besetzt, mit denen wir gute Wachstumschancen haben.“ *meh*