



MidCorp- Geschäft 2024

Vertriebsimpuls Maklervertrieb

Allianz Versicherung (S-MM + PG + AZ Esa)/
MV/Allianz Trade

Ort: Unterföhring
Datum: 02.05.2024



Risiken managen. Chancen ergreifen.

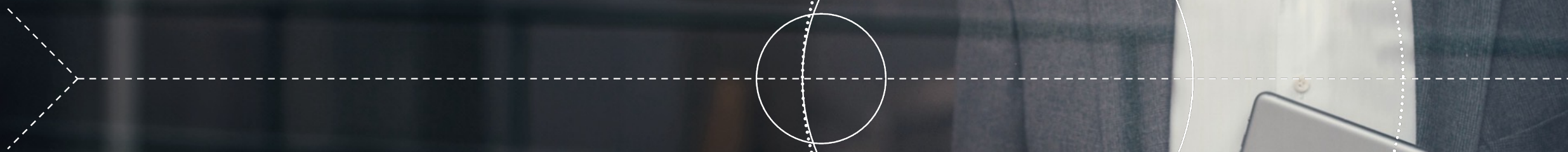
Ihr Partner für proaktives Risikomanagement in einer vernetzten Welt.

- 1 MidCorp-Geschäft* – meine Motivation, meine Vorteile
- 2 Risiken und Herausforderungen managen und Chancen nutzen
- 3 Allianz – seit mehr als 130 Jahren Ihre vertrauensvolle und solvente Partnerschaft
- 4 Gute Voraussetzungen für das MidCorp-Geschäft
- 5 Von Unternehmer zu Unternehmer

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

* MidCorp: Unternehmen - in der Regel - mit einem Umsatz von 10 Mio. EUR bis 500 Mio. EUR

1. MidCorp-Geschäft – meine Motivation, meine Vorteile



MidCorp Geschäft – meine Motivation, meine Vorteile

- Hohes Markt- und Vertriebspotenzial
- Allianz – eine starke Marke und starker Partner
- Top Produkte und finanzielle Stärke
- Experten vor Ort, wenn es darauf ankommt – professionelles Underwriting, eigene Risikoingenieure, eigene Schadenregulierung

Nutzen Sie das MidCorp-Geschäft, um langfristig Ihren Bestand und die Einnahmen Ihres Maklerunternehmens zu steigern.



2. Risiken und Herausforderungen managen und Chancen nutzen

Risiken managen. Chancen ergreifen.

Risiken für den Betrieb gleichzeitig mit ihren Abhängigkeiten aktiv zu managen ist eine der größten Herausforderung von Unternehmen.

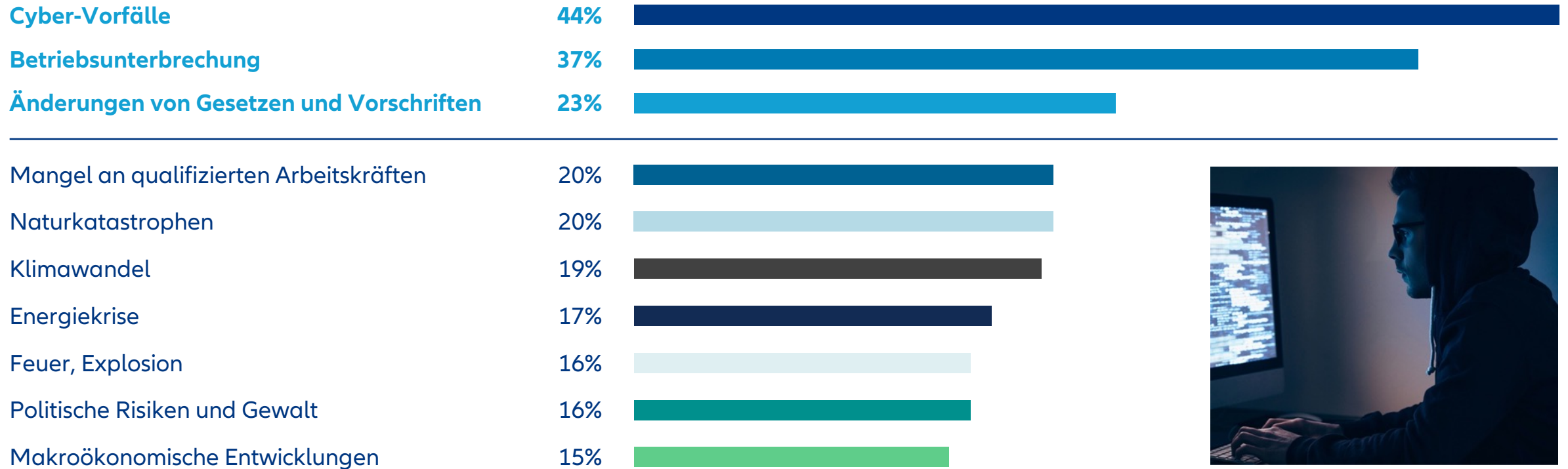
Seit Jahren steigen in Deutschland die Anforderungen an das Management. Eine falsche Entscheidung reicht aus, um Schäden in Millionenhöhe zu verursachen. Für diese Fehlentscheidung können sie unbeschränkt mit ihrem gesamten privaten Vermögen haften.

Die Allianz erkennt die Risikogegebenheiten unserer Kunden und minimiert sie durch den Einsatz von professionellen Underwritern, Risikoingenieuren und im Falle eines Schadenfalles durch professionelles Schadenmanagement.



Allianz Risikobarometer 2024

Top 10 Geschäftsrisiken in Deutschland 2024



Hohes Risiko durch Cyber-Vorfälle

Quelle: 16.01.2024 Allianz Commercial News & Insights
 Die Zahlen geben an, wie oft ein Risiko als Prozentsatz aller Antworten für das jeweilige Land ausgewählt wurde. Die Zahlen addieren sich nicht zu 100%, da bis zu drei Risiken ausgewählt werden konnten.

Allianz Risikobarometer 2024 – fünf Erkenntnisse



1.

Die Fähigkeit der künstlichen Intelligenz zur Beschleunigung von Angriffen sowie die wachsende Zahl von Vorfällen, die durch mangelnde **Cyber-sicherheit**, insbesondere bei mobilen Geräten, verursacht wird.



2.

Im Vergleich zu der Zeit vor der Pandemie 2019 sind viele Unternehmen heute viel besser auf **Betriebsunterbrechungen oder Ereignisse in der Lieferkette** vorbereitet.



3.

Die Unzufriedenheit mit den möglichen Ergebnissen, gepaart mit der allgemeinen wirtschaftlichen Unsicherheit, den hohen Lebenshaltungskosten und der zunehmenden Desinformation, die durch Social Media angeheizt wird, bedeutet, dass die **gesellschaftliche Polarisierung** voraussichtlich zunimmt.



4.

Das politische Umfeld ist nach wie vor unsicher und volatil und stellt eine zunehmend relevante Risikoquelle für **Lieferketten und den internationalen Handel** dar.



5.

Die Energiekrise (12%) ist der größte Verlierer, von #4 auf #11 abgerutscht, nachdem Schritte unternommen wurden, um die Abhängigkeit von russischem Gas zu verringern und den Energieverbrauch zu senken. Die längerfristige Bedrohung bleibt jedoch bestehen.

Beispiele zur Abhängigkeit von Risiken



1.

Steigende **Energiekosten** erhöhen die Betriebskosten, die Unternehmen dazu veranlasst, ihre Energieeffizienz zu verbessern und auf energieeffiziente Technologien umzusteigen. Die zunehmende Digitalisierung kann helfen, die Energiekosten zu optimieren, zum Beispiel durch intelligente Systeme zur Steuerung des Energieverbrauchs in Gebäuden, bei Maschinen und Fuhrparks inkl. der Selbstversorgung von Energie.



2.

Lieferengpässe werden von steigenden Energiekosten, globalen Unsicherheiten und der Digitalisierung beeinflusst. Deshalb prüfen Unternehmen ihre Lieferanten nach kostengünstigen Alternativen sowie eine Diversifizierung der Zulieferer inkl. der Verlagerung von Produktionsstandorten nach Europa. Die zunehmende Digitalisierung verändert auch die Lieferketten durch E-Commerce und direkten Kontakt zwischen Lieferanten und Kunden.



3.

Zunehmende **Digitalisierung** kann die Abhängigkeit von Lieferanten erhöhen, da Unternehmen vermehrt auf Technologien und digitale Plattformen angewiesen sind, um Produkte herzustellen oder zu vertreiben. Ausfälle oder Cyberangriffe in der digitalen Infrastruktur können zu beträchtlichen Betriebsstörungen führen.



4.

Steigende Energiekosten und Lieferengpässe können Unternehmen zur **Standortverlagerung** oder zum Wechsel auf alternative Energiequellen bewegen. Die Digitalisierung erleichtert diese Anpassungen durch den Einsatz virtueller Produktionsstätten und automatisierter Energieüberwachungssysteme.

3. Allianz – seit mehr als 130 Jahren Ihre vertrauensvolle und solvente Partnerschaft

Expertise, individuell und international



Expertise und Kompetenz aus einer Hand

Erfahrenes Team von Underwritern, Risikoingenieuren, Schadensregulierern, die Unternehmen bei der Identifizierung, Bewertung und Bewältigung von internen und externen Risiken vor Ort und im persönlichen auch digitalen Dialog unterstützen.



Passende Lösungsansätze

Auf die spezifischen Bedürfnisse Ihrer Kunden zugeschnittene Lösungen für Maßnahmen, die zur Bewältigung von Unternehmensrisiken ergriffen werden. Hierzu zählen eine eingehende Analyse, Beratung und Identifikation risikoverbessernder Maßnahmen.



Internationale Präsenz

Entscheiden sich Unternehmen Produktionsstätten im Ausland zu errichten bietet die Allianz durch ihr globales Netzwerk in über 70 Ländern bzw. 200 Territorien umfassenden Schutz und Risikomanagementlösungen für internationale Geschäftstätigkeiten.

Wir sind da in jeder Wirtschaftslage



Allianz Commercial

- Neue Lösungen insbesondere für mittelständische Unternehmen
- Erweitertes Angebot an internationalen Versicherungsprogrammen für mittelständische Unternehmen
- Ganzheitliche Lösungen für Klimarisiken

Nachhaltigkeit/Erneuerbare Energien

Biogas, Photovoltaik, Windkraft oder Wasserstoff und den zugehörigen Energiespeichern, individueller und bedarfsgerechter Schutz

Management

Unterstützung des Managements für die D&O im Einkauf durch das Underwriting sowie im Schadenfall durch 40 Volljuristen (einmalig in Deutschland)

Good News!

Allianz weiterhin die
führende Marke im
Versicherungsmarkt

Brand Finance Ranking

Wir wurden dafür ausgezeichnet, dass wir unsere Kunden in den Mittelpunkt stellen, sowie für die Zusammenführung unseres Mittel- und Großunternehmensgeschäfts unter einer Strategie und einem Marktansatz durch Allianz Commercial im März 2023.*

Interbrand Best Global Brands

Nach starken Ergebnissen im jährlichen Interbrand-Ranking im Jahr 2023 ist die Allianz auch in 2024 wieder die führende globale Versicherungs- und Vermögensverwaltungsmarke. Allianz ist die drittstärkste deutsche Marke nach Deutsche Telekom und Mercedes Benz. Die Marke wird mit 47,6 Mrd. USD bewertet.**



* Quelle: 17.01.2024 - Brand Finance Global 500 - ein Ranking der 500 wertvollsten und stärksten Marken der Welt.

** Interbrand ist eine weltweit tätige Markenberatung. Interbrand veröffentlicht jährlich die international renommierte Studie Best Global Brands und ist Herausgeber des Webby Award-prämierten "brandchannel".

Wir sind da, wenn es darauf ankommt

Im Ernstfall sind wir mit unserem Expertenteam vor Ort an Ihrer Seite, um eine schnellstmögliche und unkomplizierte Abwicklung gerade auch von großen Schäden zu ermöglichen.

Hilfe in
mehr als
700.000
Fällen



2023 – Brand während Betriebszeit Blockheizkraftwerk

- Schadenhöhe ca. 200.000.000 EUR
- Fallabschließende Schadenregulierung nur 11 Monate nach Schadentag



2023 – Brandstiftung aus Liebeskummer – auf Stadtkirche Großröhrsdorf

- Schadenhöhe ca. 32.000.000 EUR (100%)
- Brandstifter wurde ermittelt



2021 – Unwetter-Tief „Bernd“

- 112 Mio. EUR Auszahlung in den ersten 4 Wochen
- 1 Mio. EUR Spende Sofort-Hilfe
- 300 Schadenexpertinnen und -experten vor Ort
- 2.000 Trocknungsgeräte
- > 1.100 Innendienst-Mitarbeitende im Einsatz

Wir sind da, wenn es darauf ankommt

Technische Versicherungen - übergreifend – Schadenbeispiele



Bauleistung

Durch Starkregenereignis flossen Niederschläge über die noch nicht angelegten Außenanlagen in den Neubau einer Turnhalle und beschädigten den gesamten Hallenboden.



Windenergieanlage

Totalschaden infolge eines Kurzschlusses mit anschließendem Feuer

CNC-Maschine (Sonderanfertigung)

Durch Programmierfehler Kollision des Werkzeuges mit Werkstück und Spindelschaden mit 2 Wochen Betriebsunterbrechung, da Engpassmaschine



Fahrbare/transportable Maschine

Turmdrehkran durch Bedienfehler umgestürzt



Wir sind da, wenn es darauf ankommt

Technische Versicherungen - Montageversicherung – Schadenbeispiele

Autokran

Umgestürzt beim Aufbau eines
Edelstahlschornsteins



Hafenkran

Auf ein Montageobjekt (Silo)
gestürzt



Greifer einer Pressenanlage

Beim Probelauf beschädigt



Behälter

Während der Erprobung
implodiert



Wir sind da, wenn es darauf ankommt

2023 war der schlimmste Hagelsommer seit Jahren

- mehr als 63.000 beschädigte Fahrzeuge
- Team Schadenmanagement (Kraft Schadenaußendienst und Schadeninnendienst) regulierte 78 Prozent der gemeldeten Schäden innerhalb kürzester Zeit
- Mobilität der Kundinnen und Kunden steht an erster Stelle
- Hagel- und Glasdienstleister im Sammelbesichtigungszentrum vor Ort
- Bei Totalschäden auf Wunsch unkomplizierte kostenfreie Abholung, Abmeldung und Verkauf des Fahrzeugs durch unseren Dienstleistungspartner



Wir sind da, wenn es darauf ankommt

Nachhaltigkeit im Schadenfall – Der Schadenaußendienst der Allianz

Als führendes Unternehmen in der Versicherungs- und Finanzdienstleistungsbranche nehmen wir als Allianz Verantwortung gegenüber der Gesellschaft wahr und berücksichtigen Nachhaltigkeitsaspekte auch in der Schadenregulierung durch:

- Neudefinition der Schadenprozesse – z.B. Verkürzung der Betriebsunterbrechung als Gewinn für Kunden und Versicherer
- Schonung von Rohstoffen
- CO₂-Reduktion
- Ein großes Netz an nachhaltig agierenden Dienstleistungspartnern



Was ist Allianz Commercial?

Seit dem 24. Juli 2023

**Allianz Global
Corporate &
Specialty**
Industrie-
versicherungen
(LargeCorp,
Aviation,
Spezialrisiken)

**Allianz lokale
Sachver-
sicherungs-
gesellschaften**
Versicherungen
für mittelgroße
Unternehmen
(MidCorp)

Allianz Commercial
Versicherungslösungen
für mittelgroße
Unternehmen,
Konzerne und
Spezialrisiken aus einer
Hand

Allianz Commercial – die globale Strategie, lokal umgesetzt

Was ändert sich?



Unsere Geschäftsstrategie
global koordiniert,
lokal umgesetzt



Gemeinsamer Auftritt am Markt
unter einem
globalen Namen
und Geschäftsmodell



Abgestimmtes Underwriting
für segment-
übergreifendes
Wachstum

Was bleibt?



Umsetzung am Markt bleibt lokal
und gewährleistet
die Kundennähe



Rechtsträger und Ratings
bleiben unverändert



Zeichnungsbefugnis
bleibt unverändert

Allianz Commercial – die aktuelle Reichweitenkampagne Q1/2024

Bereiten Sie sich auf die Zukunft vor. Versicherungslösungen, die auf Ihre Bedürfnisse zugeschnitten sind. Mit globalem Know-how und lokaler Kompetenz. #AllianzCommercial

Von hier ...

... in die ganze Welt

Von globalen Netzwerken und Experten vor Ort zu flexiblen, multinationalen Versicherungslösungen. Sind Sie bereit?

Wir sind Ready.
Wir sind Allianz Commercial

commercial.allianz.com

411 · 6 Kommentare

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

Allianz

WIR SIND ALLIANZ COMMERCIAL

Vom klassischen Mittelstand bis zum weltweiten Marktführer

Mehr erfahren

Allianz

ALLIANZ COMMERCIAL

Von Hallo bis こんにちは (Konnichiwa)

Bereiten Sie sich auf die Zukunft vor. Versicherungslösungen, die auf Ihre Bedürfnisse zugeschnitten sind. Mit globalem Know-how und lokaler Kompetenz. #AllianzCommercial

Von globalen CEOs bis zum ...

... Geschäftsführer vor Ort

Individuelle Versicherungslösungen für Mittelstand, Großunternehmen und Spezialrisiken. Alles aus einer Hand. Sind Sie bereit?

Wir sind Ready.
Wir sind Allianz Commercial

commercial.allianz.com

411 · 6 Kommentare

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

Allianz MidCorp – die aktuelle Reichweitenkampagne Q2-03/2024



Print:
Makler Versicherungsmagazine

AssKompakt, experten Report, Pfefferminzia, procontra, Versicherungsbote, Versicherungsmagazin

Online:
Makler und Entscheider

Ansprache über Banner in relevanten Medien

Social Media:
Makler und Entscheider

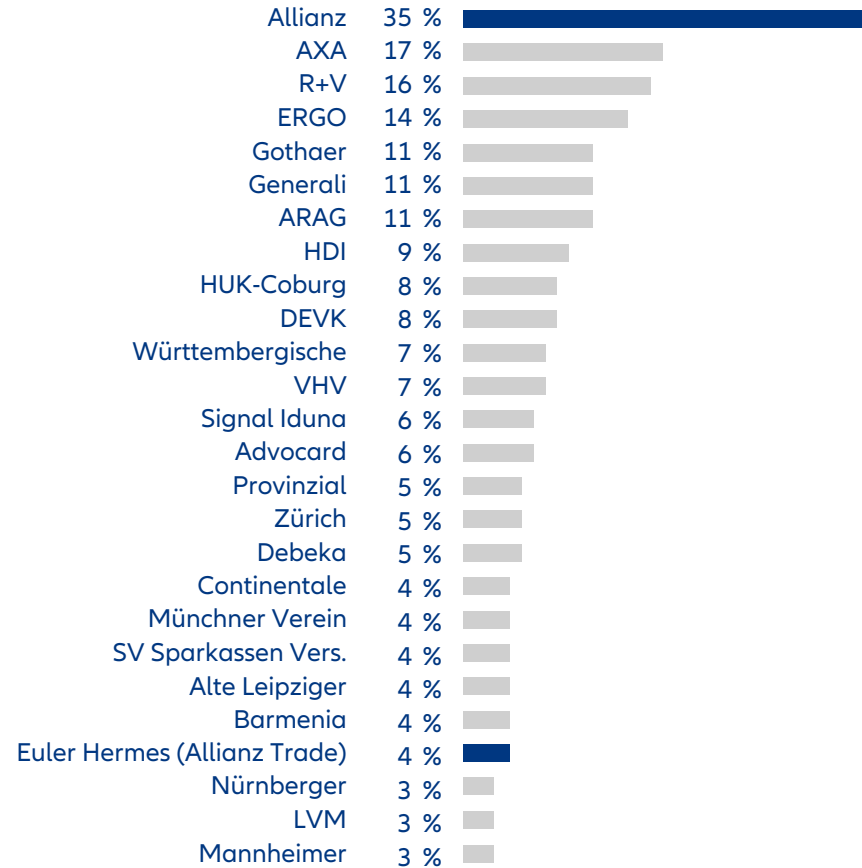


LinkedIn/Facebook-Gruppen



Marktanteile Versicherungsgesellschaften*

Allianz führt weiter deutlich den Markt bei Firmenversicherungen an



Konzernbetrachtung



Quelle: Gewerbekundencheck 2023 Angaben in Prozent; absteigend sortiert; nur Versicherer mit einem Marktanteil von mindestens 3%; Mehrfachantworten möglich, n=1.505
 *Anteil Unternehmen, die mindestens eine Firmenversicherung bei der jeweiligen Versicherungsgesellschaft haben

Marktentwicklung und Trends

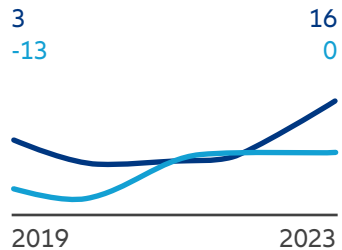
KUBUS Gewerbekunden 2023 „Studie“ : Im Fünfjahres-Blick erzielt die Allianz oftmals neue Bestwerte, stetige positive Entwicklung bei Maklerportal und Angebots-Software.



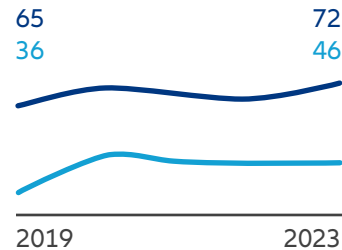
Anteil vollkommen / sehr zufrieden in %

— Allianz — Markt

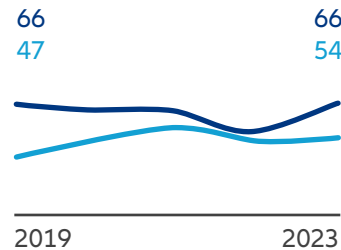
NPS*



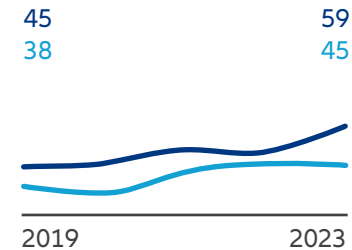
Image**



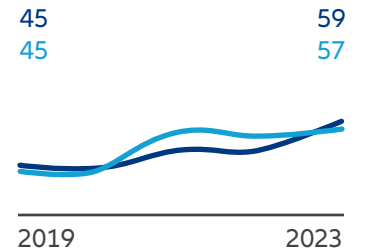
Schadenfall



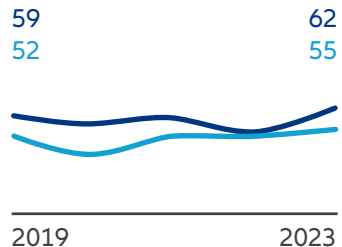
Kfz-Produkte



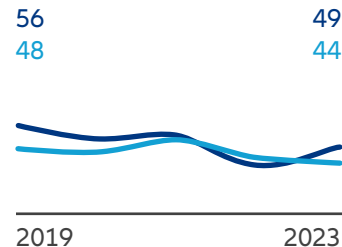
Sach-Produkte



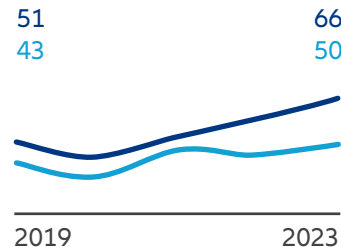
Maklerbetreuung



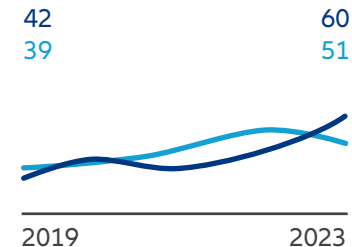
Telefon



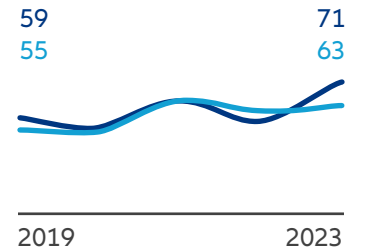
Maklerportal



Angebotssoftware



Policierung



*NPS, **Anteil ausgezeichnet / sehr gut. Quelle: **KUBUS** Gewerbekunden Berichtsband 2023 - die bedeutendste Benchmark-Studie zur Zufriedenheit von Versicherungsmaklern mit Versicherungsunternehmen

Zum siebten Mal in Folge Platz 1

Ergebnisse der **KUBUS**Gewerbekunden „Studie“ 2023



NPS

1.	Allianz	56
2.	R+V	49
3.	Württembergische	45
4.	ERGO	44
5.	Zürich	44
6.	SIGNAL IDUNA	43
7.	Generali	42
	Markt	42
8.	Öffentliche Versicherer	35
9.	Gothaer	35
10.	HDI	32
11.	Versicherungskammer Bayern	25
12.	AXA	13

Kundenzufriedenheit

1.	Allianz	1,83
2.	R+V	1,89
3.	ERGO	1,97
4.	Württembergische	1,98
	Markt	2,00
5.	Generali	2,02
6.	Öffentliche Versicherer	2,06
7.	Gothaer	2,09
8.	Zürich	2,09
9.	SIGNAL IDUNA	2,09
10.	Versicherungskammer Bayern	2,10
11.	HDI	2,11
12.	AXA	2,26

Quelle: 17.10.2023 **KUBUS**Gewerbekunden – Kernindikatoren im Marktvergleich



4. Gute Voraussetzungen für das MidCorp- Geschäft



Gute Voraussetzungen



Vertriebliche Unter-
stützung durch
Account Management
und proaktives Under-
writing

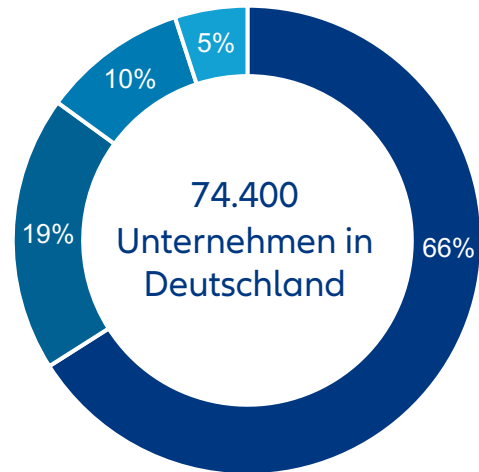


Umfassende
Produktpalette der
Allianz Commercial
(Allianz Versicherung,
AGCS), Allianz Esa und
Allianz Trade

Warum ist MidCorp interessant?

Ansprache-Potenzial

Rechtsformen 50 – 250 Beschäftigte*



- Kapitalgesellschaften (Bsp. GmbH, AG)
- Personengesellschaften (Bsp. OHG, KG)
- Sonstige Rechtsformen
- Einzelunternehmen

* Statistisches Bundesamt - Rechtliche Einheiten zusammengefasst nach Rechtsformen Stand 12/2023
 ** Werte der Allianz; Gewerbekundencheck 2023
 *** SMC (Small Medium Commercials): Unternehmen – in der Regel – mit einem Umsatz bis 10 Mio. EUR

Profil

Unternehmen 50 bis 100 Beschäftigte

- Versicherungsbesitz im Durchschnitt 6,6 Firmen-Versicherungen
- Durchschnittliche Anzahl Versicherungsgesellschaften: 3,4
- Cross-Buying-Bereitschaft: 64% wollen weitere Versicherungen abschließen
- Durchschnittliche Verweildauer MidCorp: Haftpflicht 10,5 Jahre (SMC*** 9 Jahre), Sach 13,3 Jahre (SMC 9,4 Jahre)**

Cyber-Versicherungen

Branchen mit Top-Ausstattung Cyber

Kaufmännische Dienstleistungen (IT, Kommunikation, Beratung)



Rechts-, Steuer- und Wirtschaftsberatung



Sonstige wirtschaftliche Dienstleistungen (Immobilien, Finanzen...)



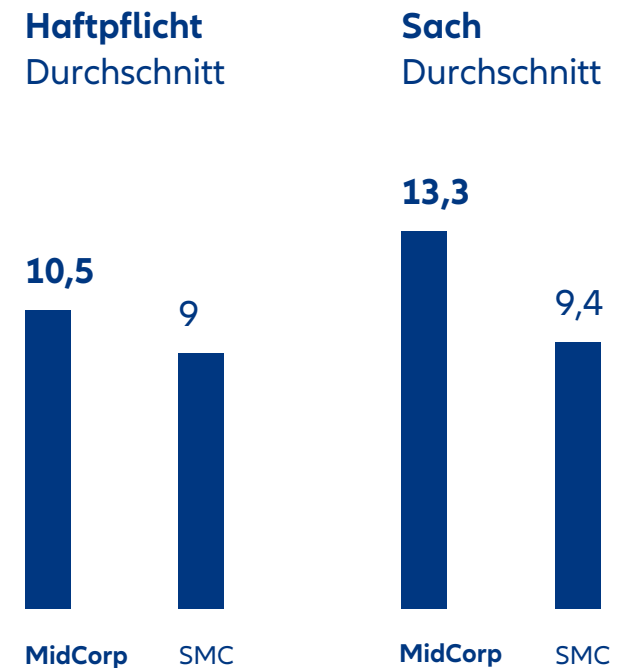
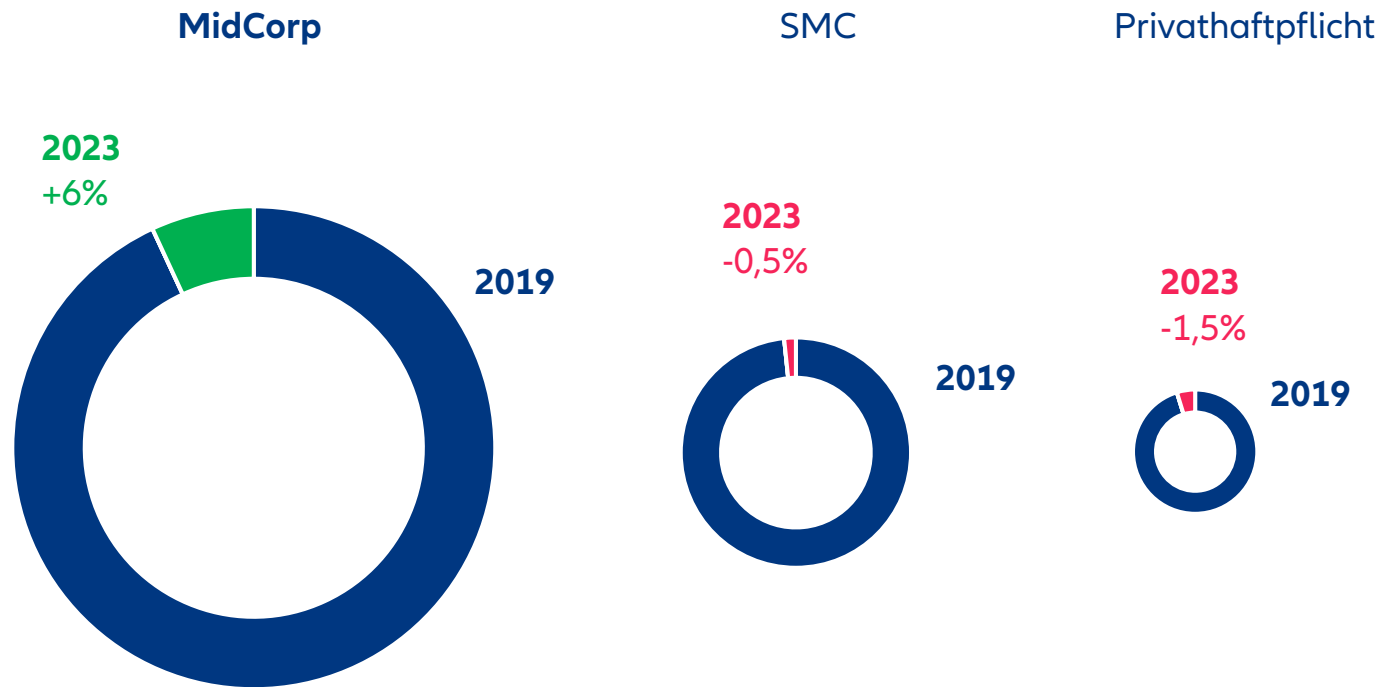
Hohes Ansprache-Potenzial

Dennoch: der Anteil in Unternehmen > 50 Beschäftigte ist bis 2021 überproportional gewachsen und seitdem konstant

Effizienz beim MidCorp-Geschäft

Beispiel: Entwicklung Durchschnittsbeitrag
Haftpflichtversicherung über 5 Jahre*

Durchschnittliche
Verweildauer in Jahren*



* Zahlen der Allianz

Expertise aus einer Hand

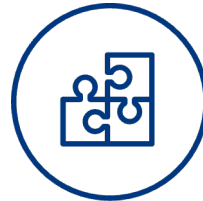
An wen kann ich mich wenden, wenn ich als Makler Unterstützung brauche?

Ihr Account Manager / Ihre Maklerbetreuung als erster Ansprechpartner greift auf ein umfangreiches Netzwerk zurück!



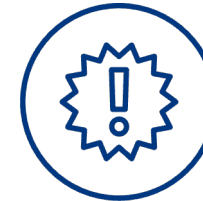
Kundenakquise

- Underwriting
- Risikoingenieure
- Experte Multinational
- Cross-Border-Netzwerk*



Bestandsausbau/ -sicherung

- Underwriting
- Risikoingenieure
- Experte Multinational
- Cross-Border-Netzwerk*



Schaden

Meldung über die bekannten Wege, je nach Schadenhöhe werden Schadenregulierer von der Schadenabteilung angefordert. Für Vermögensschadenhaftpflicht stehen z.B. 40 Volljuristen zur Verfügung.

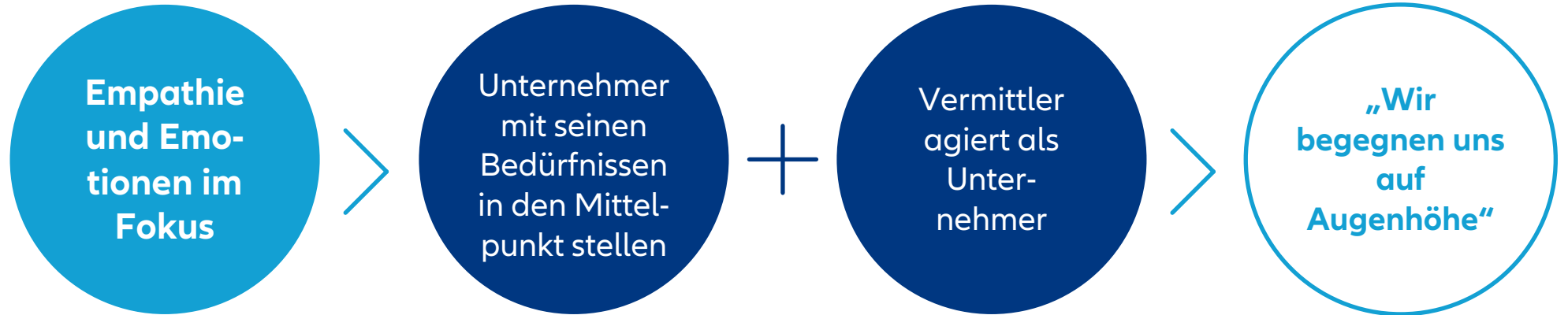
* Cross-Border-Netzwerk: Die Allianz bietet durch ihr globales Netzwerk mit ihren Partnern in über 70 Ländern bzw. 200 Territorien umfassenden Schutz und Risikomanagementlösungen für internationale Geschäftstätigkeiten.

5. Von Unternehmer zu Unternehmer



Gespräche auf Augenhöhe

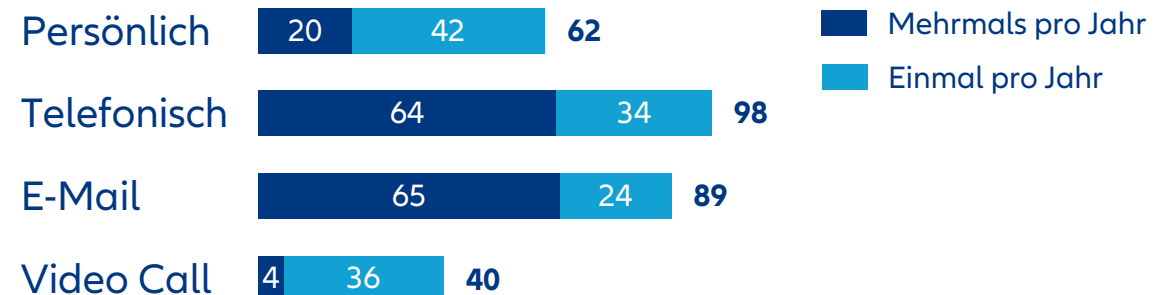
Sie sind Partner der Firmenkunden



Unternehmen ab 50 bis 100 Beschäftigte*

Hauptansprechpartner in diesem Segment ist mit 46% der Makler und zu 43% die Vertretung.
68% der Kunden sind mit dem Makler in der Top-2-Bewertung überaus zufrieden.




Makler Kontakthäufigkeit bei Unternehmen ab 50 bis 100 Beschäftigte*

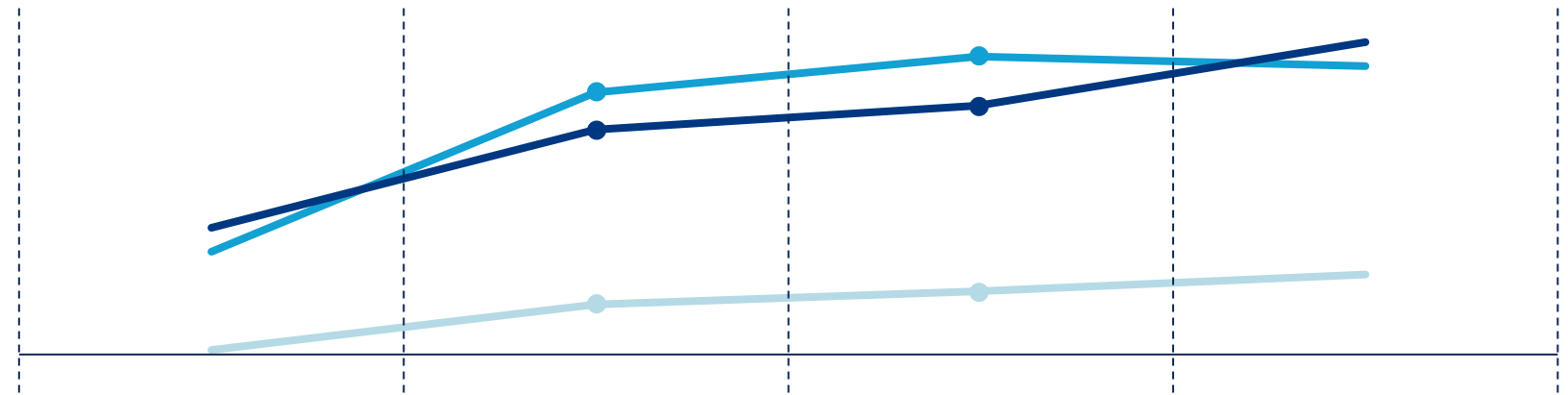


* Quelle: Gewerbekundencheck 2023

Zufriedene und gut betreute Kunden bringen höhere Beiträge

Kombinierte Wirkung aller Vertriebsfaktoren
2-Jahres-Werte

-  Zufriedenheit mit Betreuung (Mittelwert)
-  Vertragsänderung mit Mehrprämie
-  Neuabschluss



5 Vertriebsfaktoren für den Erfolg

Kunden ohne Betreuerkontakt im letzten Jahr

1. Einfache Kontaktaufnahme und
2. Omni-Kanal-Präsenz



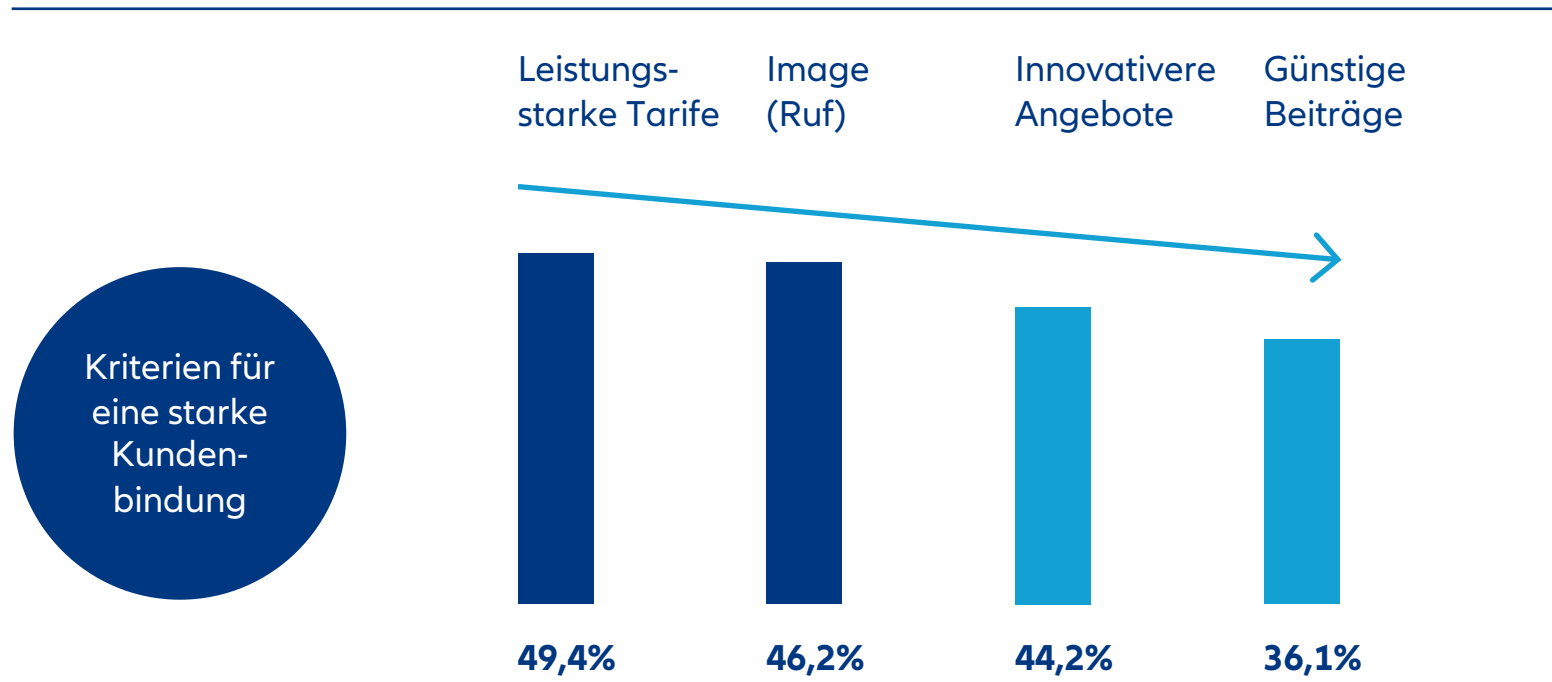
3. Bedürfnis erkannt und
4. Kompetenter Produktverkauf



5. Pflege der dauerhaften Kundenbeziehung

Einflüsse auf die Kundenbindung bei Unternehmenskunden

Die Kundenbindung bei Unternehmen wird vor allem durch leistungsstarke Tarife und ein gutes Firmenkundenimage beeinflusst. Günstige Preise haben eine vergleichsweise geringe Wirkung auf die Kundenbindung.



Quelle: Gewerbekundencheck 2023



Zeit und Energie zu 100% für Ihren Erfolg nutzen

Sehr hohe Loyalität von Firmenkunden gegenüber ihrem Versicherungspartner*
Lange Verweildauer im Bestand



89% der Kunden geben an, auch in 5 Jahren noch Kunde der Allianz zu sein*



**Durchschnittliche Verweildauer
MidCorp**

- Haftpflicht 10,5 Jahre (SMC 9 Jahre)
- Sach 13,3 Jahre (SMC 9,4 Jahre) **



Je größer das Unternehmen um so **größer die Loyalität** und Verweildauer

* Gewerbekundencheck 2023

** aktuelle Werte der Allianz

2024 – nur starke Partnerschaften schaffen individuelle Möglichkeiten für Kunden im MidCorp-Segment



MidCorp
als Wachstumsmotor für Bestandszuwachs

Globales Netzwerk,
Experten vor Ort, wenn es darauf ankommt

Umfangreiche Unterstützung: Account Manager Underwriting + Ingenieure zu Themen: Brandschutz, Umweltschutz, Schaden

Breites **Produktportfolio**

Vielen Dank!

