

Weiter...

...denken

Wer sind wir, was tun wir und wieso?

Als seit vielen Jahren erfolgreicher Versicherungsverein stellen wir uns diese Fragen immer wieder. Aus Prinzip, denn Weiterdenken und Hinterfragen sind für uns essenziell. Warum? Damit wir unseren Kunden und Mitgliedern immer das geben können, was wir versprechen. Sinnvolle Prävention, Sicherheit und Vorsorge, zu 100 Prozent nach Ihren Bedürfnissen gestaltet. Dabei denken wir von der Bayerischen deutlich über die Grenzen des klassischen Versicherns hinaus, wollen uns auf Vorsorge konzentrieren und dazu beitragen, das Versichern vielleicht sogar überflüssig zu machen.

Sie sind herzlich eingeladen, mit uns weiterzudenken. Damit wir auch in Zukunft persönlich, verlässlich und vorausschauend versichern.



die Bayerische

Versichert nach dem Reinheitsgebot



Zusammen sind wir stärker.

Der Gedanke, Risiken zu teilen, ist zutiefst menschlich.

Denn der Mensch ist seit jeher ein soziales Wesen, er braucht andere. Folglich ist die Idee der Gemeinschaft, auf der die Bayerische basiert, schon sehr alt. Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit. Das heißt, das Unternehmen gehört den Mitgliedern, also seinen Kunden. Gewinne kommen den Versicherten zugute, es gibt keine Ertragsschmälerung durch Fremd-Aktionäre. Aus dieser besonderen Unternehmensform ergeben sich unsere Werte:

Persönlich: Als mitgliedschaftlich organisierte Versicherung ist unsere Grundhaltung die eines persönlichen Partners auf Augenhöhe.

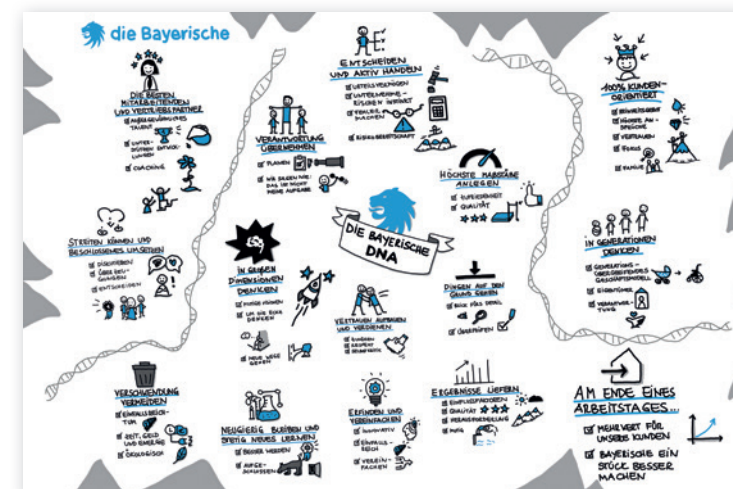
Verlässlich: Unsere über 160-jährige Geschichte als Versicherungsverein zeigt: Wir sind seriös, verantwortungsbewusst und vertrauenswürdig.

Vorausschauend: Unsere Lösungen und Produkte sind so geplant, dass sie auch noch in vielen Jahren Bestand haben – fortschrittlich und lösungsorientiert im Sinne unserer Mitglieder und Kunden.



»Gerade in Zeiten des Umbruchs erweist sich die Idee einer Gemeinschaft von Versicherten als erstaunlich modern.«

Dr. Herbert Schneidemann
Vorstandsvorsitzender



Wir sind persönlich.

Wir sind da und hören zu.

Sowohl bei unseren Kunden als auch untereinander.



»Wir konnten in den letzten Jahren viele neue Kunden gewinnen. 2020 setzten schon über 980.000 Kunden auf Versicherungs- und Vorsorgelösungen der Bayerischen. Unser Ziel ist es, 2021 die Millionenmarke zu knacken. Davon gehen wir fest aus und wollen unsere Versicherten auch in Zukunft für uns begeistern.«

Martin Gräfer
Mitglied der Vorstände

Ganz einfach: Ohne unsere Kunden gäbe es uns als Verein nicht. Und der baut auf persönliche, herzliche Beziehungen. Im Mittelpunkt unseres Denkens stehen daher nie die Zahlen, sondern es dreht sich alles um unsere Versicherten. Die ja im Übrigen auch oft Mitglieder unseres Versicherungsvereins, und damit ein Teil von uns sind.

Wir alle zusammen bilden also »die Bayerische« – und behandeln uns als gleichberechtigte Partner, sei es im Unternehmen oder nach außen: persönlich eben.



Zielgruppen:

- > Eigenheimbesitzer
- > Familien
- > Studenten
- > Kleine und mittelständische Unternehmen
- > Öffentlicher Dienst
- > 50+





Von Menschen für Menschen.

Auch wenn wir Algorithmen nutzen: Das Wichtigste bleibt das Gespräch.

Menschlichkeit wird bei uns überall großgeschrieben. Angefangen bei unserem Vertrieb:

Wir sind begeistert von persönlicher Beratung. Denn die beste Versicherung passt nur, wenn sie maßgeschneidert wird. Bei uns persönlich und auch voll digital. Eben immer so wie es für unsere Kunden am besten ist.

Wir sind in ganz Deutschland vertreten. Einmal mit unseren Partnerinnen und Partnern im Exklusivvertrieb als auch bei mehr als 12.000 qualifizierten Versicherungsmaklern. Auch für unsere Vertriebspartner sind wir da - ganz persönlich und ebenfalls digital. Wir helfen bei komplexen Lösungen oder unterstützen bei Training und Weiterbildung. Die Bayerische versteht sich auch als Innovationstreiber und bietet moderne und voll digitale Lösungen, die Kunden und Vermittlern das Leben einfacher machen.



Der Vertrieb der Bayerischen ist bundesweit aufgestellt



Thomas Mroz
Geschäftsstellenleiter
in München



Karoline Viktoria Mielken
Spezialistin Biometrie
in der VD Nord



Boris Tesch
Subdirektor
in Stuttgart



Doris Hünsch
Generalagentin
in Landsberg am Lech

Unsere Markenbotschafter: authentische Charaktere. Und so nah am Leben wie wir.

Die Bayerische ist nah an den Menschen.
Unsere Markenbotschafter sind es genauso:

Samuel Koch ist Schauspieler mit Behinderung und Ensemblemitglied am Nationaltheater Mannheim. 2010 erlitt er bei der Sendung »Wetten, dass?« vor einem Millionenpublikum einen tragischen Unfall mit darauffolgender Querschnittlähmung. Wer könnte sich überzeugender für die Versicherung gegen Berufsunfähigkeit einsetzen als er?

Matthias Bosch ist Leiter unserer Geschäftsstelle Bamberg. Er steht stellvertretend für die große Zahl unserer engagierten Exklusivpartner.

Die **Zahnfee** ist Markenbotschafterin für die Zusatzversicherung ZAHN. Damit das oft schwierige Thema Zahnersatz und Co. ein menschliches, normales Gesicht erhält.

Olympiasiegerin, Weltcupsiegerin & Sportlerin des Jahres. Im Laufe Ihrer Karriere hat **Magdalena Neuner** alles erreicht, was man als Profisportlerin erreichen kann. Die großen Erfolge haben abseits der Loipe nichts daran geändert, dass Familie, Natur und Heimat zentrale Rollen in Ihrem Leben einnehmen. Deswegen liegen Ihr auch Themen wie Nachhaltigkeit und Vorsorge sehr am Herzen und es macht uns sehr stolz, Magdalena Neuner als Markenbotschafterin für Pangaea Life in unseren Reihen zu haben.



Dirk Lauffer ist Geschäftsführer bei CuP Versicherungsmakler und hat sich ganz dem Thema Nachhaltigkeit verschrieben. Transparenz ist für ihn dabei entscheidend und ein echter Vorteil in der Beratung. »Ich kenne kein anderes Versicherungsunternehmen, das so ein transparentes Produkt wie Pangaea Life hat. An Nachhaltigkeit führt überhaupt kein Weg mehr vorbei. Man kann nicht immer so weitermachen, man muss umdenken.«



Samuel Koch



Zahnfee



Magdalena Neuner



Matthias Bosch

Wir sind Verlässlich.

Wir stehen zu unserem Wort und unseren Werten. Und übernehmen Verantwortung zu jeder Zeit.

Verlässlich ist, wer Verantwortung für sein Handeln übernimmt. Und unsere soziale, ökologische und ökonomische Verantwortung, sprich **»Corporate Social Responsibility«**, berücksichtigen wir bei allem, was wir tun.

Das hat viele Vorteile: gute Lebens- und Arbeitsbedingungen für alle, ein gutes Gewissen, und last but not least, nachhaltige Wirtschaftlichkeit. Denn wie eine Untersuchung der Universität Harvard zeigt, ist der wirtschaftliche Erfolg eines Unternehmens eng mit ethischen, sozialen und ökologischen Firmen-Policies verknüpft. Unsere Marke Pangaea Life ist genau aus diesem Gedanken entstanden.



Wir sind ein zertifiziert klimaneutrales Unternehmen. Unser CO2-Ausgleich fließt dabei in weltweite Projekte, die nach den strengen Anforderungen des UN-Klimaschutzsekretariats und denen des Gold Standards (GS) zertifiziert sind.



»Nachhaltigkeit ist die konsequente Weiterentwicklung unseres Reinheitsgebots.«

Uwe Mahrt
Geschäftsführer
der Pangaea Life GmbH





Unsere Aufstellung ist solide, damit wir erfolgreich wirtschaften.

Was ist verlässlich?

19

Mit einem breiten Beratungs- und Leistungsportfolio.

Dass unsere transparenten Produkte und unsere klaren Werte überzeugen, beweisen unsere positiven Zahlen. Hier einige davon.

	987.000	Kunden gesamt
	1.224.000	Verträge gesamt
	507 Mio. €	ausbezahlte Versicherungsleistungen
	123.000	Schadensfälle
	99,3 Mio. €	ausbezahlte Schäden
	4,8 Mrd. €	Kapitalanlage
	152,0 Mio. €	Eigenkapital Bayerische Beamten Lebensversicherung a.G.
	63,2 Mio. €	Eigenkapital BL die Bayerische Lebensversicherung AG
	33,3 Mio. €	Eigenkapital BA die Bayerische Allgemeine Versicherung AG

die Bayerische:

1,153 Mrd. € Beitragssumme Leben in 2020 + 23% zu 2018

36,9 Mio. € Komposit gesamt + 15% zu 2018

Pangaea Life:

86 Mio. € Beitragssumme + 170% seit Auflage

9,3% Wertentwicklung des Fonds seit Auflage

Alle Zahlen beziehen sich auf das Geschäftsjahr 2019.

Ausnahme: Die Zahlen zu Kunden und Verträgen beziehen sich auf den letzten verfügbaren Stand vor Drucklegung.

Transparenz ist immer unser erstes Ziel.

Damit unsere Kunden uns verstehen und vertrauen.

Ganz gleich, ob Kundenkonto oder Produktaktualisierung: Jede Innovation wird bei uns zum Vorteil der Kunden entwickelt. Und das ist für uns oft einfacher als für andere, denn als Mitglieder-Kollektiv sind wir nah am echten Markt und den Kundenbedürfnissen. Die Kunden transparent nach dem Reinheitsgebot zu beraten, bedeutet für uns zum Beispiel auch, nichts Überflüssiges zu empfehlen.

Unser Blog umdenken.co ist auch ein Beispiel für die Transparenz, die wir leben wollen. Dort berichten wir Ihnen regelmäßig über interessante Themen.

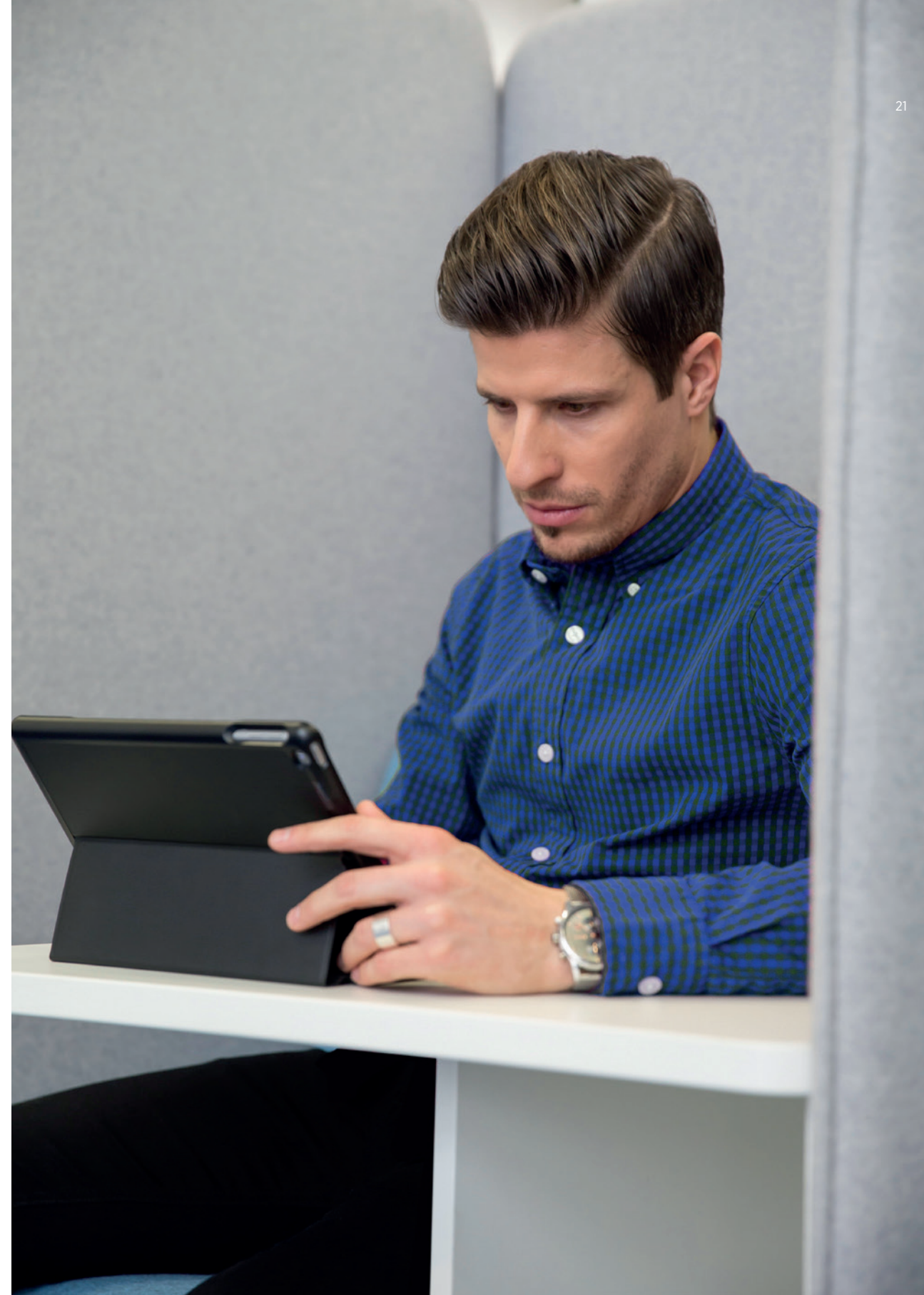
Dass wir auf dem richtigen Weg sind, beweisen erfreulicherweise auch verschiedene Zufriedenheitsstudien, Auszeichnungen und Unternehmensratings.



Versichert nach dem Reinheitsgebot

Das Reinheitsgebot ist eines der ältesten Verbraucherschutzgesetze der Welt. Wir haben das historische Reinheitsgebot für die Bayerische neu interpretiert – und das sind unsere vier Zutaten:

- > Eine aktive Gemeinschaft für Versicherungsschutz auf Gegenseitigkeit
- > Bedarfsgerechte Produkte
- > Kompetente Beratung
- > Umfassender Service



Wir tragen aktiv zur Gesellschaft bei.

Indem wir den Sport unterstützen.

TSV 1860 München

Als echte Münchner wissen wir einfach: Der einzig wahre Verein sind die »Sechzger«. Sport verbindet und viele unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind seit Kindesbeinen Fans der Löwen. Gemeinsam mit den Sechzgern teilen wir nicht nur das Wappentier, sondern stehen auch für die Verbundenheit mit der Heimat sowie für Toleranz und Modernität. Als Hauptsponsor sind wir bei jedem Spiel dabei und freuen uns, so als Teil unserer Stadt präsent zu sein. Dazu sind viele Fans wiederum bei uns versichert.

BallHelden

Eine tolle Gemeinschafts-Idee, die wir unterstützen, sind die BallHelden, eine Initiative an Schulen, die Freude am Fußball mit sozialem Engagement verbindet. Bei den BallHelden können alle Kinder einer Schule dabei sein, auch die nicht so sportlichen. Die Kinder suchen einen oder mehrere Fans, z. B. Eltern, Verwandte oder Firmen, die ihnen für ihre Punkte beim Spielen eine kleine Spende geben. Diese Spenden werden dann der BallHelden-Organisation übergeben und gehen zu gleichen Teilen an ein von der Schule ausgesuchtes Projekt, an die gemeinnützige Kinderhilfe des bayerischen Lehrer- und Lehrerinnenverbands und an die Sozialstiftung des Bayerischen Fußball-Verbands.



»Wir hatten in den letzten Jahren ein Rekordjahr nach dem anderen. Davon geben wir gerne etwas ab, um soziale Projekte zu unterstützen.«

Thomas Heigl
Mitglied der Vorstände



Wir sind Vorausschauend

Weiterdenken ist bei uns Prinzip.

Damit wir auch in Zukunft zeitgemäß bleiben.

Megatrends formen nicht nur einzelne Lebensbereiche, sondern unsere ganze Gesellschaft um. Sie zeigen uns, wohin die Reise geht und wie wir morgen leben werden. Da wir Absicherungsmodelle für die Zukunft konzipieren, haben wir die großen Megatrends immer im Blick. Und denken sich daraus ergebende Szenarien und Risiken weiter.

Konnektivität: Alles ist mit allem und allen vernetzt, und alles kann online erledigt werden – auch Services und Beratung.

Silver Society: Eine immer ältere und fittere Bevölkerung setzt ganz neue Maßstäbe für Versicherer.

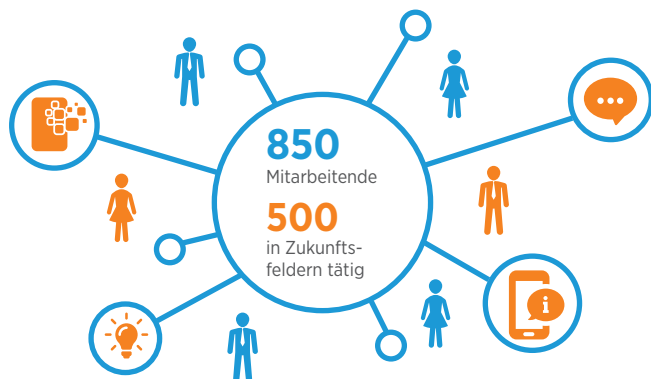
Mobilität: Autonomes Fahren, Carsharing – ganz neue Konzepte können auch veränderte rechtliche Behandlung erfordern.

Individualisierung: Die eigene Lebensgestaltung wird in allen Altersgruppen immer wichtiger. Ein Ergebnis davon: persönlich anpassbare Produkte und Dienstleistungen. Ein Anspruch, der auch das Thema Absicherung betrifft.

Neo-Ökologie: Die Themen Umwelt und Klima sind so aktuell wie nie zuvor. Um Ressourcen zu bewahren, entstehen immer mehr Ökonomien des Teilens. Aber wie versichert man Dinge, die Viele nutzen, ohne sie zu besitzen? Wie können auch Vorsorge und Versicherung mehr dazu beitragen, die Umwelt zu schützen?

Urbanisierung: Wie gestaltet sich das Leben auf immer engerem Raum, mit immer mehr Verkehrsteilnehmern und wachsenden individuellen Ansprüchen? Wie weit können z.B. das Teilen von gemeinsamem Besitz oder flexible Wohnkonzepte sich auf das Versichern auswirken?

Mehr als die Hälfte unserer Mitarbeitenden ist in Zukunftsfeldern wie Innovation, Informationstechnik und Digitalisierung tätig.



Der Status Quo darf immer hinterfragt werden.

So optimieren wir unsere Produkte kontinuierlich.

Bei der Bayerischen stellen wir nicht nur uns selbst, sondern auch unsere Produkte und Geschäftsmodelle permanent auf den Prüfstand. Dadurch kommen wir immer wieder zu besseren Lösungen. Unter Innovation verstehen wir eben, immer weiterzudenken. Einige unserer Ergebnisse:



Aufgestellt in flexiblen Innovationseinheiten und Laboren, forscht unser **Innovation Lab** daran, wie Beratung und Lösungen noch näher am Kunden der Zukunft sein können. Dabei arbeiten wir teamübergreifend mit agilen und vernetzten Methoden.

Die **plusrente** nutzt Online-Shopping, indem sie von jedem Einkauf bei Partnerfirmen Geld in die Rente gutschreibt.

Mit **Pangaea Life** haben wir eine zu 100% nachhaltige Marke mit eigenem Nachhaltigkeitsfonds gegründet und antworten so auf das wachsende Bewusstsein für die ethischen, sozialen und ökologischen Aspekte beim Geldanlegen.

Die **Meine-eine-Police** deckt alle Risiken in einem privaten Haushalt in einer einzigen Versicherung ab – und schließt alle Risiken ein, die nicht ausdrücklich ausgeschlossen sind.

BayRat ist eine Software für den Beratungsprozess nach DIN-Norm. Damit heben wir unsere Beratung auf eine nachweisbar objektive Basis.

Mit **EasyClaim** werden Kfz-Blebschäden per Smartphone-Fotos in einem Bruchteil der üblichen Zeit reguliert.

Der **Dashcam-Tarif** ist die erste deutsche Kfz-Versicherung für Dashcam-Nutzer, die wir gemeinsam mit unserem Partner Nextbase eingeführt haben. Mit ihr gibt es 15% Versicherungsrabatt.





Neugier ist unser Antrieb. Zusammenhalt ist unsere Stärke.

Weiterentwicklung

Vom Coaching bis zur individuellen Weiterbildung haben wir ein breites Angebot an Schulungen und Seminaren: zum Beispiel zur Fach- oder Verkaufskompetenz, zur Persönlichkeitsentwicklung oder zur Unternehmensführung. Die Bayerische fördert alle Mitarbeitenden in jeder Phase des Berufslebens, damit wir gemeinsam immer besser werden.

Nachwuchs- und Förderungsstrategie

Für besonders engagierte Mitarbeitende bieten wir den Lions-Talent-Pool an, in dem die verschiedenen Talente geweckt und gefördert werden. Lions erhalten ein umfangreiches Angebot an Entwicklungsmaßnahmen, z.B. professionelles Coaching, Mentoring, Schulungen und Fachlehrgänge.

Flexible Arbeitsmodelle

Wir setzen uns stark für eine familienfreundlichere Unternehmenskultur ein. Das bescheinigt uns auch die Zertifizierung »audit berufundfamilie«. Zum Beispiel durch flexible Arbeitszeitmodelle. Oder durch die Option, im Rahmen der freiwilligen Vertrauensarbeitszeit von zu Hause aus zu arbeiten. Unsere Mitarbeitenden haben das bestätigt: Wir sind stolz auf unsere Auszeichnung als Top-Arbeitgeber des Mittelstands 2018 im deutschsprachigen Raum. Und die Arbeitgeberbewertungsplattform Kununu bewertet uns als Top Company und Open Company.

Eltern-Kind-Büro/ Mitarbeiterwohnungen

Besonders auch Eltern wollen wir es leichter machen, Familie und Beruf unter einen Hut zu bringen. Wer Kinder hat, erlebt immer wieder Überraschungen, die den Tag durcheinanderbringen. Eltern können für solche Fälle unser Eltern-Kind-Büro nutzen. Unsere Mitarbeitenden unterstützen wir gerne bei der Wohnungssuche in der lebenswertesten Stadt Deutschlands. Bei über 1.200 Wohnungen in unterschiedlichen Münchner Stadtvierteln sollte für jeden etwas dabei sein.



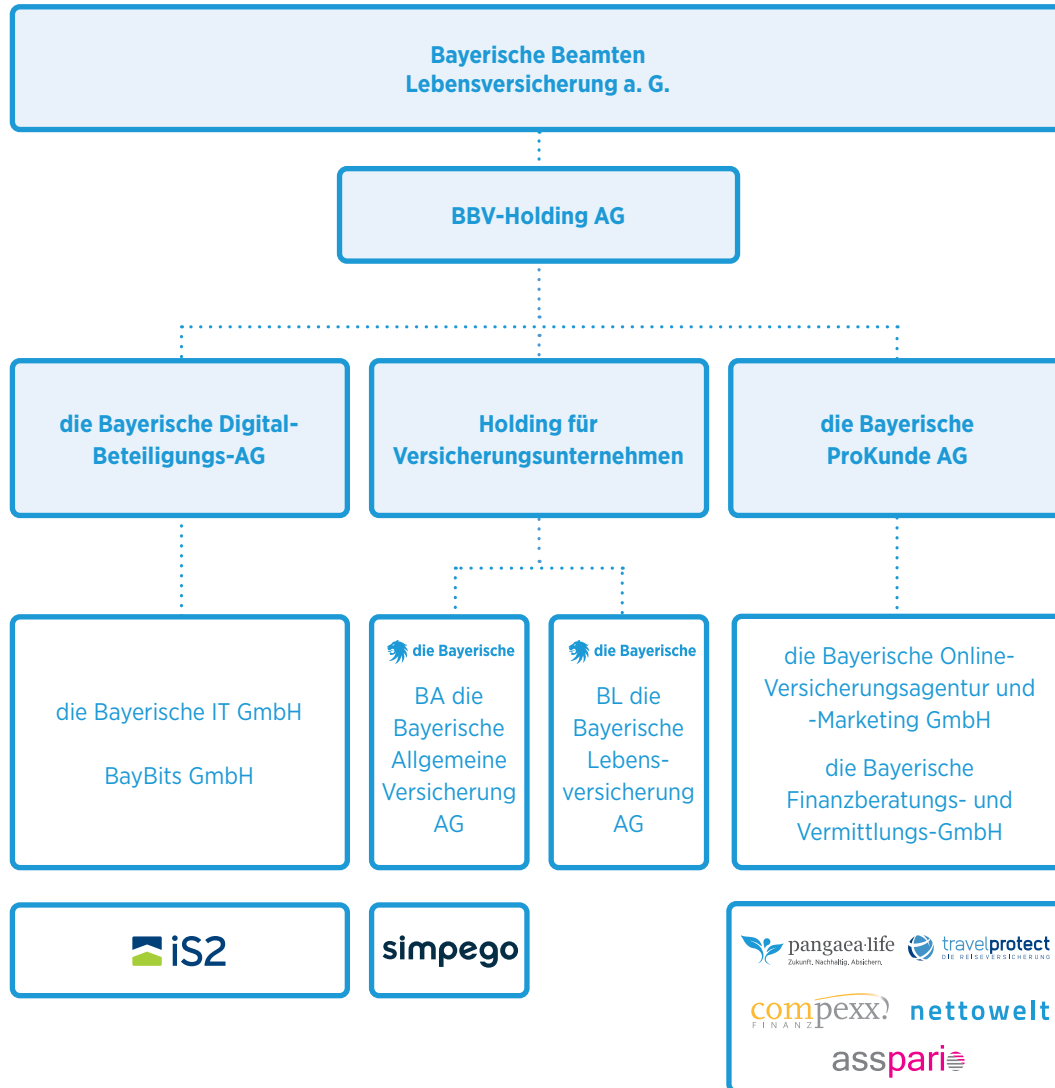


Tradition und Fortschritt.

Der Löwe, das traditionelle Symbol der Bayern wird von uns modern interpretiert.

Damit zeigt er sowohl unseren Charakter als beständiger Versicherungspartner seit 1858, andererseits aber auch unser modernes, vorwärts gerichtetes Denken als Unternehmen.

Die Bayerische und ihre Töchter.



Ihr direkter Weg zu unseren Social Media Auftritten:

die Bayerische



Pangaea Life



PrimeHome



Zahlen, Daten, Fakten:
Unser Bilanzflyer



Bayerische Beamten Lebensversicherung a.G.
Thomas-Dehler-Str. 25 | 81737 München
E-Mail Adresse: info@diebayerische.de
Telefon 089/6787-0 | Fax 089/6787-9150
diebayerische.de