

Entwicklungsschwerpunkte der AMB Generali Gruppe

- Starke Vertriebe, ein breit gefächertes und kundenorientiertes Produktangebot, die Konzentration auf ertragreiche Geschäftsfelder im Bereich der Privat- und Gewerbekunden sowie eine effiziente Organisation sind die Eckpfeiler für den geschäftlichen Erfolg der AMB Generali Gruppe.
- Mit ihrer Vertriebswegevielfalt verfügt die AMB Generali Gruppe über ein Alleinstellungsmerkmal auf dem deutschen Versicherungs- und Finanzdienstleistungsmarkt.
- Ihre strategische Positionierung garantiert der Gruppe eine klare Fokussierung auf ihre Kunden und die Ausrichtung auf die Erfordernisse ihrer Märkte.

Strategie der AMB Generali Gruppe

Der strategische Rahmen für die Entwicklung der AMB Generali Gruppe ist unter dem Schlagwort „Einheit in Vielfalt“ zusammengefasst. „Einheit in Vielfalt“ beschreibt die Verbindung der Vorteile einer großen Einheit mit denen einer breit angelegten Vertriebswegevielfalt und einem auf die Vertriebswege ausgerichteten Markenportfolio. Dabei ist die Rollenverteilung zwischen der AMB Generali und den Konzerngesellschaften klar definiert. Die am Markt agierenden Unternehmen der AMB Generali Gruppe arbeiten jeweils für sich mit verschiedenen Spartenschwerpunkten, einer differenzierten Produktpalette und einer konsequenten Ausrichtung auf ihre jeweiligen Vertriebswege. Bei den Konzernunternehmen liegt die operative Verantwortung für Kundengewinnung, Kundenbindung und Kundenservice, und damit insbesondere auch für den Vertrieb und den Markenauftritt. Die AMB Generali bestimmt als Management-Holding die strategische Entwicklung der Gruppe, schafft Synergien und koordiniert die geschäftlichen Aktivitäten. Mit ihrem Fokus auf die Wertsteigerung des Unternehmens ist sie verantwortlich gegenüber ihren Aktionären. Sie sorgt für Kosten- und Kompetenzvorteile sowie für einheitliche Steuerungsverfahren, eine konzernweite Führungskräfteentwicklung und eine gemeinsame Kultur innerhalb der Gruppe.

Im Mittelpunkt unserer Strategie steht die Ausrichtung der Vertriebswegevielfalt auf ein aus drei Säulen bestehendes Vertriebswegemodell. Diese drei Säulen setzen sich zusammen aus dem exklusiven Vertrieb der AachenMünchener über die enge strategische Partnerschaft mit der Deutschen Vermögensberatung, dem Direktvertrieb mit der CosmosDirekt als Marktführer in diesem Segment und dem Multikanalvertrieb unter dem derzeit neu entstehenden, gemeinsamen Unternehmen von Generali und Volksfürsorge („Neue Generali“). Daneben setzen wir auf die Stärke und Kompetenz der Spezialanbieter Advocard, Badenia, Central und Dialog. Durch die Vielfalt der Unternehmensprofile kann auf unterschiedlichste Kunden- und Marktbedürfnisse reagiert werden. Das bedeutet einerseits, dass eine möglichst breite Kundenansprache durch die Gruppe erfolgt. Auf der anderen Seite führen die Schaffung einheitlicher Standards in den Segmenten ebenso wie eine starke Führung der Gruppe durch die AMB Generali als Management-Holding zu einer kosteneffizienten Zusammenarbeit.

Maßnahmen zur Erreichung ehrgeiziger Ziele

Gemeinsam verfolgen wir ambitionierte Ziele. Als Unternehmensverbund wollen wir in den kommenden Jahren die Nr. 1 in der Ertrags- und Vertriebskraft im