

BVK-Zertifikat „Fairness für Versicherungsvertreter“

Am 6. November erhielt die Bayerische die Auszeichnung als fairer Versicherungspartner mit dem Urteil „sehr gut“.



Michael Bauersfeld (Bezirksdirektor Organisationsdirektion Süd-West bei der Bayerischen), Martin Gräfer (Vorstand der Bayerischen), Michael H. Heinz, Dr. Herbert Schneidemann (Vorstandsvorsitzender der Versicherungsgruppe die Bayerische) und Dr. Burghard-Orgwin Kaske (Leiter Vertriebsmanagement die Bayerische) (v.l.)

„Diese Auszeichnung freut uns unheimlich“, sagte Martin Gräfer, Vorstand der Bayerischen. „Der BVK gehört zu den wichtigsten Verbänden für Versicherungsvermittler, gerade deswegen erfüllt uns dieses Urteil mit Stolz.“

„Mit Hilfe des Siegels können sich Berufseinsteiger oder wechselwillige Vermittler vorab ein neutrales Urteil über ein Versicherungsunternehmen einholen und einschätzen, wie fair ein Versicherer mit seinem Vertrieb umgeht“, ergänzte BVK-Präsident Michael H. Heinz. „Hier punktet die Bayerische beeindruckend und zeigt, wie sehr mittelständische Unternehmen wie die Bayerische dem Vertrieb zur Seite stehen und was die Versicherungsgruppe in puncto Service und Innovation leistet.“

Zum Hintergrund

Der BVK initiierte bereits 2009 das Rating und vergibt seitdem an teilnehmende Unternehmen das Zertifikat „Fairer Versicherungspartner“. Es wird auf der Basis der Befragung der mit dem jeweiligen Versicherer zusammenarbeitenden Exklusivvermittler, eines Management-Interviews sowie eines Telefon-Interviews der Vorsitzenden der Vertretervereinigungen verliehen. Die letztendliche Entscheidung über die Gesamtbewertung und Empfehlungen für die teilnehmenden Versicherungsgesellschaften trifft der Expertenbeirat. Dieser besteht aus den vier gleichberechtigten Partnern BVK (BVK-Präsident Michael H. Heinz, RAin Angelika Römhild, Chefredak-

teurin der Versicherungsvermittlung), AVV (Marco Seuffert, 1. Vorsitzender, Dieter Stein, Ehrenvorsitzender), Wissenschaft (Prof. Dr. Fred Wagner, Universität Leipzig, Prof. Horst Müller-Peters, TH Köln) und YouGov (Christoph Müller, Senior Consultant, Katharina Päßgen, Consultant).

Die Unternehmen dürfen das Fairness-Zertifikat 14 Monate lang führen, bevor sie sich wieder der Urteilskraft der Vermittler stellen müssen. ■

